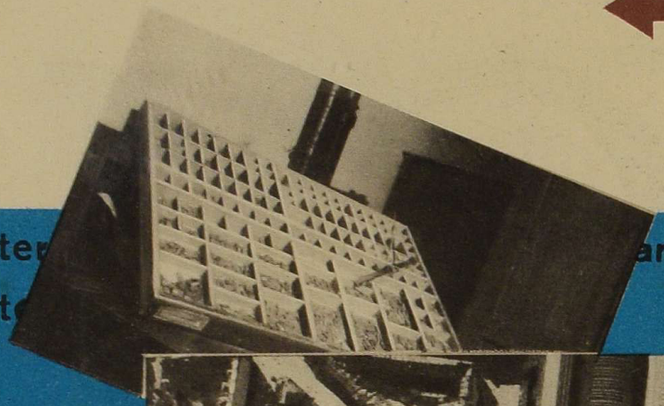
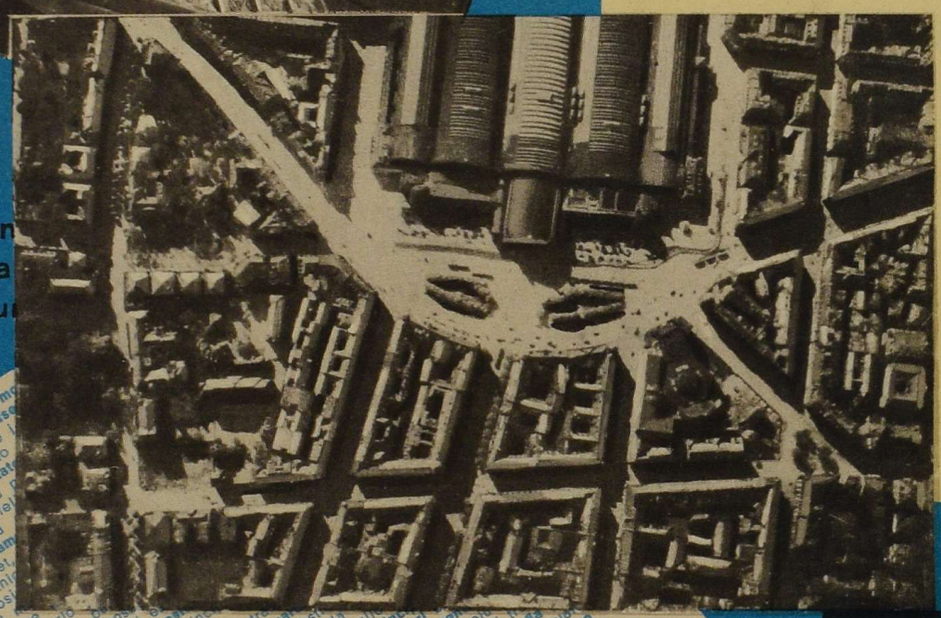
Anno II N. 4 . Conto Corrente con la Posta . Mensile Aprile 1934 . XII





esposizion
internaziona
di architettu

archit

nale di architet

neue stad

SOLDATI

CAMPO GRAFICO

RIVISTA DI ESTETICA E DI TECNICA GRAFICA

K 3707062
D 2557753
Qbra
ANSfper 36

A·C·I

AZIENDA CARTARIA ITALIANA

Società Anon. Capitale Lire 2.000.000 Sede: Milano Via Senato 14, telefono 70373. Depositi: Via Rovani 7, telef. 16363. Torino Corso Palestro 7, telefono 52611, Firenze Borgo Albizi 26, telefono 25616. Genova Via Chiabrera 7, telefono 28251. Palermo Via Gagini 31, telefono 14892, Catania Piazza Mazzini 22, telef. 11469. Messina Via Giuseppe Verdi 281, telefono 11721. Rappresentanze: Roma · Bologna · Trieste · Napoli · Tripoli. Carte da stampa e da registri, carte per edizioni comuni e di lusso, carte per disegno. Specialità: buste commerciali per uffici, carta da lettere in scatole ed in bustine, carte allestite, rigate, quaderni, carte assorbenti, doppie quadrotte gelatinate. Grande assortimento: carte e cartoncini per Offset, copertine fine, unite e martellate.

SOC. ANON. CARTIERA FRIULANA

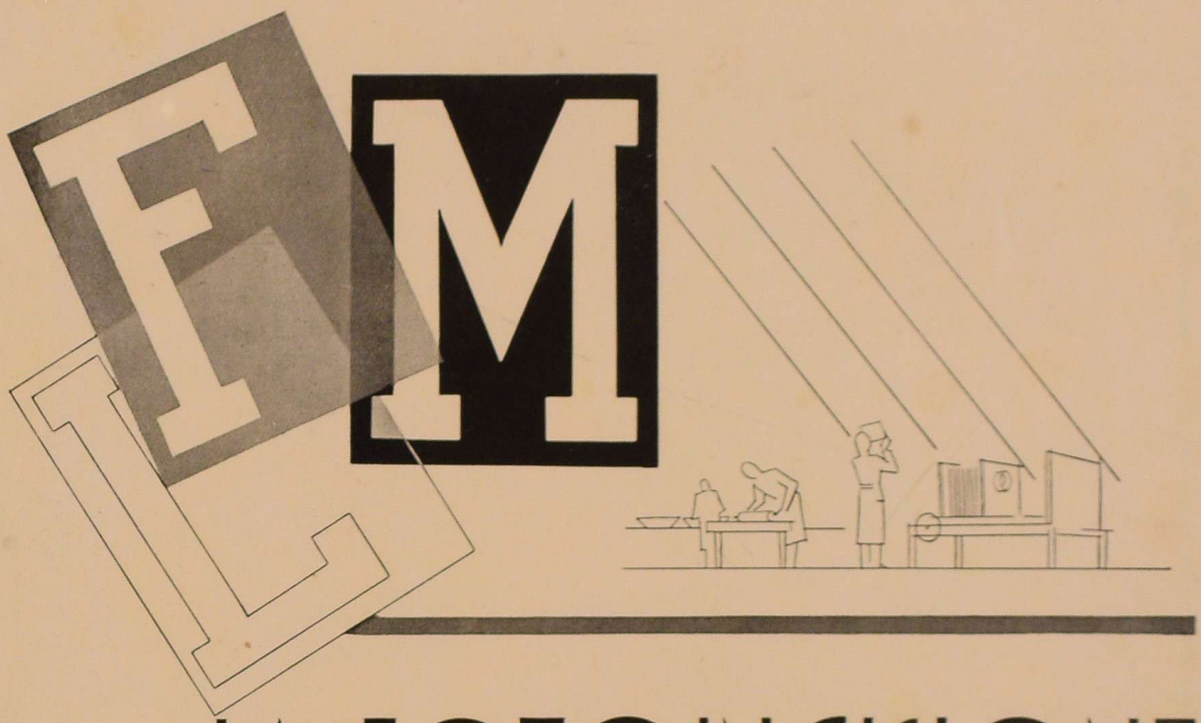
Capital. L. 2,000.430. Sede: Milano Via Senato 14, telef. 70373. Stabilimento: Gemona-Piovega. Specialità carte colorate per affissi, pergamino bianco e colorato, carte uso pergamena, carte monolucide per involgere carte pelle aglio, cartoncini Manilla, impacchi per uso industriale.

CARTIERA ANDREA MAFFIZZOLI

Soc. An. Capitale Lire 16.000.050. Sede e Stabilimenti: Toscolano sul Garda Ufficio vendita: Milano Via Senato 14, telefono 72418, 70373. Produzione: Chilogrammi 50.000 di carta al giorno. Carta da giornale, carte da stampa e da scrivere, carte da affissi, carte assorbenti, carte da agrumi, quadrotte filigranate, carte da disegno, cartoncini per cartoline, carte e cartoncini a mano-macchina, quaderni per scuole ed albums da disegno, registri e notes, buste e carta da lettere,

SOC. ANON. CARTIERA DI VIGNOLA

Capit. L. 500.000. Sede: Milano Via Senato 14, tel. 70373 Stabilimento: Vignola-Modena Carte gelatinate, filigranate per titoli, registri e disegno, carte colorate per copertine.



LA FOTOINCISIONE MODERNA

CLICHÉS - RITOCCHI - CREAZIONI PUBBLICITARIE

PER IL FACILE SVOLGIMENTO DEL VOSTRO LAVORO È INDISPENSABILE CHE IL VOSTRO FOTOINCISORE VI ASSICURI: PUNTUALITÀ DI CONSEGNA, LAVORAZIONE ACCURATISSIMA, MATERIALE DI PRIMA QUALITÀ, COMPRENSIONE DELLE VOSTRE NECESSITÀ E RELATIVA COLLABORAZIONE, PREZZI MINIMI ADEGUATI ALLA QUALITÀ. QUESTE PREROGATIVE SONO IL VANTO DE "LA FOTOINCISIONE MODERNA„ AFFIDATELE UN PRIMO LAVORO DI PROVA!

MILANO - VIA VOLTURNO N. 46 - TELEFONO 690-940

FICIS . FICIS . FICIS . FICIS . FICIS

LA PIÙ IMPORTANTE FABBRICA IN ITALIA

Colori secchi e in pasta per Tipografia . Litografia . Fototipia . Rilievi Calcografia . Rotocalco Litografia sulla latta Stampa su Offset . Pasta da rulli . Benzografo . Vernici . Bronzi e alluminio in polvere Articoli vari per tutte le arti grafiche . Deposito di pietre litografiche gialle e azzurre Esportazione mondiale



Fabbrica Italiana di Colori ed Inchiostri da Stampa . Società Anonima Capitale L. 5.000.000 Sede in Milano . Telefono 50-203 Teleg. FICIS-Milano . Uffici e Fabbrica: Corso XXVIII Ottobre 83

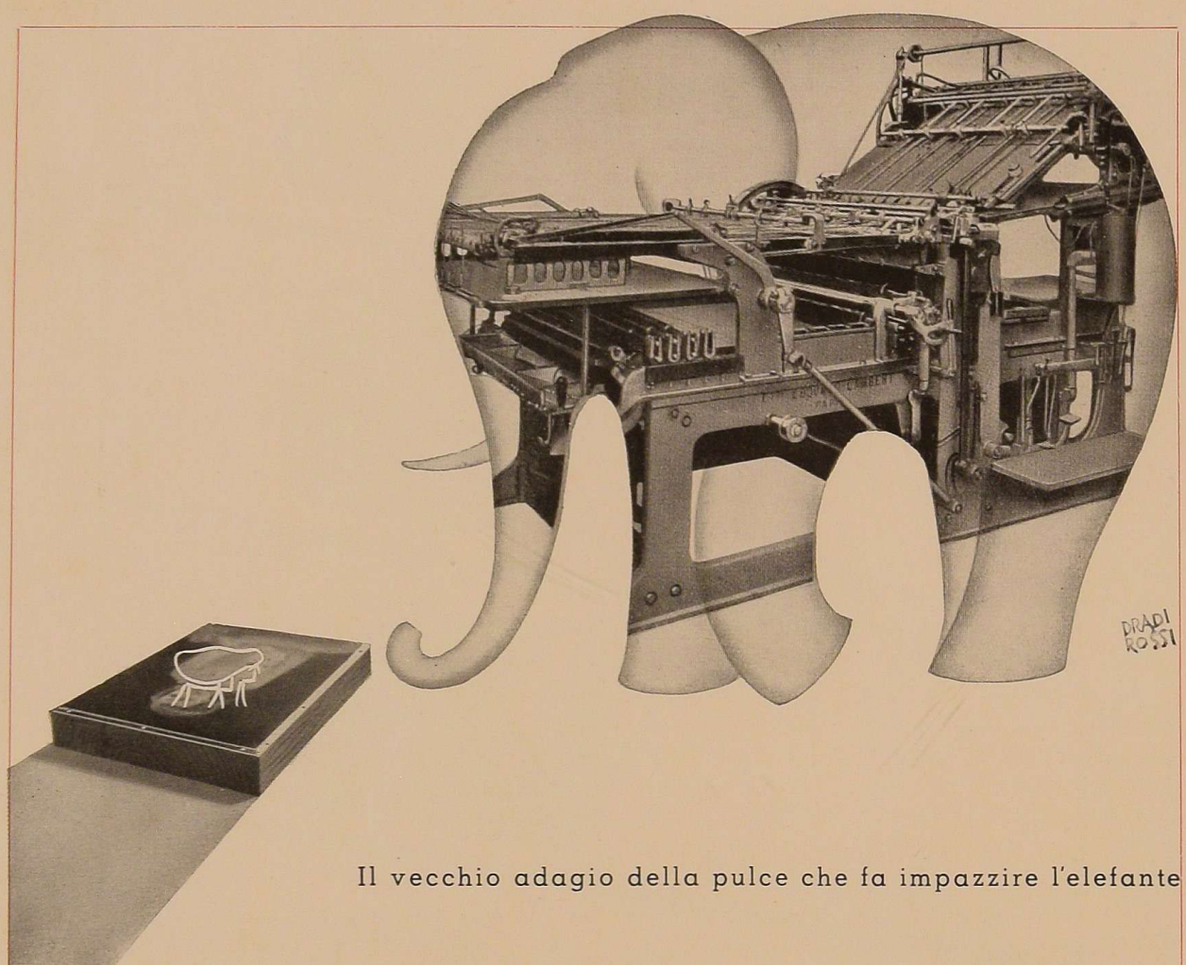


Il MIDGET WETTER. Il più piccolo numeratore in commercio con zeri abbassabili. Costruito con acciaio speciale. Si forniscono tanto progressivi che regressivi. ● WETTER per MATRICI. Questo numeratore si combina a due e a tre cifre. La numerazione può essere da 1 a 50 o da 50 a 1 e da 1 a 100 o da 100 a 1 ritornando sempre al numero di partenza. ● Il MIGLIOR WETTER senza pistone. Da usarsi con o senza composizione sulla macchina tipografica. Esso è il solo numeratore tipografico che stampi le cifre senza avere nè il pistone nè il N. nè qualsiasi altro prefisso o suffisso che funzioni da pistone e che impedisca al foglio stampato di farsi macchiare dalle ruote che girano. La pressione del piano o del cilindro sulle cifre, fa agire il meccanismo e mette in movimento i supporti che si alzano automaticamente e allontanano il foglio stampato dalle cifre mentre queste si cambiano.

RAPPRESENTANZE

ARIBERTO ROZZA

MILANO . VIA G. MAMELI, 45 . TELEF. 52049



Il vecchio adagio della pulce che fa impazzire l'elefante

Un cliché male inciso elimina la potenza produttrice della vostra più perfetta macchina

A. DE PEDRINI . MILANO . VIA VALLARSA 6 . TELEFONO 51.838
OFFICINA FOTOMECCANICA . FOTOINCISIONI . FOTOLITO IN
NERO E COLORI . TRICROMIE . GALVANI . STEREOTIPIE, ECC.

CAMPO GRAFICO . MILANO . VIA RUGABELLA 9 . TEL. 81-957 . ABB.: ANNUO L. 100 (GRAFICI L. 20 . SOSTENITORE L. 100)
RIVOLGERSI PRESSO LA NOSTRA AMMINISTRAZIONE E PRESSO "ORGANIZZAZIONE CIP,, P.ZA P. FERRARI 8 . TEL. 12-490

IL GUSTO DEL CLIENTE

Prima di tutto è bene rivolgere una domanda a noi stessi, ossia alla nostra coscienza (questa norma di interrogare la propria coscienza è raccomandabilissima e salutare anche agli altezzosi supercritici), e una volta provato il nostro buon diritto e legittimo il nostro modo di agire, parleremo. Chi ci dà il diritto di denunciare le responsabilità degli altri?

La nostra certezza nel rinnovamento moderno; il nostro assoluto disinteresse; la nostra inintaccabile moralità, che si temprano ogni giorno nella fatica di creare e di fare « Campo Grafico », dopo una giornata d'officina, e poi perchè nel compito poco grato, ma necessario, di ricercare colpe e responsabilità non ci salviamo mai con insinuazioni e reticenze più o meno brillanti e intelligenti, ma portiamo tanto nel campo morale quanto in quello pratico delle limpide precisazioni difficilmente riscontrabili altrove.

Nella progressiva marcia verso la riforma della tipografia, che ci impone il cambiamento totale di ogni fascicolo della nostra rivista, non possiamo tralasciare di denunciare le cause e tanto meno le pseudocause che intralciano e rallentano l'affermazione del gusto moderno.

« Il gusto del cliente » è una di tali pseudo-cause, così comodo paravento in tipografia, e non soltanto in tipografia, che è finito per diventare una entità realmente ostacolante, oggi che molti pretenderebbero di annetterle tanta importanza fino a ritenerla elemento valido di giudizio nel classificare la produzione grafica odierna.

Ad evitare che anche questa ingegnosa scusa diventi una buona ragione e vada ad aggiungersi alle molte già a disposizione dei parassiti, degli impotenti a creare e dei fautori della teoria comoda e non compromettente, « ognuno ha il proprio gusto », diremo senza sottintesi la nostra decisa opinione.

Fatte le debite eccezioni, riteniamo che il cosiddetto « gusto del cliente » non è altro che una comoda scappatoia trovata dai furbi, e ci rifiutiamo di credere ad una sua vera consistenza in rapporto ai misfatti perpetrati nel campo dell'estetica grafica; anzi ci sarà dato di dimostrare agevolmente, risalendo le cause, quanta nociva influenza sia derivata dal disonesto metodo di computarlo tra le cause efficienti di certo bastardume.

Di questo genere di falsità, avvalorate come innegabili realtà e codificate, ad esempio, da tutta una tradizione di abitudini e tramandate s'intende anche dallo scarso senso di raziocinio e riflessione della massa, ve ne sono molte nell'ambiente nostro e finiscono, quasi sempre, di travisare le responsabilità.

La scoperta di questa finta buona fede (dunque malafede) dei responsabili è facile, quando si tenta di cambiare e di far diverso, quando si cerca insomma di rompere i cerchi inesorabili della consuetudine. Infatti sotto l'andazzo comune ci è dato di poter vedere un'infinità di piccoli sotterfugi ed un vero e proprio apparato di raffinatissima ipocrisia e magniloquente rettorica; ad ogni compito scabroso e ad ogni difficoltà una ritirata pusillanime coperta da un'ingegnosa quanto inesistente giustificazione come « il gusto del cliente » di cui andiamo parlando.

Quando i clienti portano lavori al tipografo ammonendolo che non intendono siano eseguiti in uno stile troppo moderno, e dettano persino norme ed esigono, ad esempio, il fregio e il fusetto, il tipografo è a posto con la propria coscienza — perchè così è il gusto del cliente che lo assolverà da ogni responsabilità — ed eseguirà pedestremente il lavoro, senza domandarsi neanche per caso chi possa avere insegnato ai suoi rispettabili clienti il gusto del fregio e del fusetto e tante altre belle corbellerie.

Chi, se non i nostri vecchi tipografi, che avevano meno colpa di noi, perchè vivevano coerenti con la decadenza del loro tempo, può aver loro insegnato ciò?

Qual cliente può sapere che in tipografia esistono fregi e fusetti, e queste e altre tali regole, se non dal tipografo?

E poi esaminate la carta da lettera di un medico, di un droghiere o di un rappresentante, ecc. e le vedrete maledettamente e uniformemente brutte, senza poter affermare che siano state suggerite da un ugual gusto personale.

È chiaro allora che non esiste un gusto del cliente come vorrebbero darci ad intendere i soliti scaltriti ed interessati, ma esiste bensì un cattivo gusto del tipografo così mummificato e inveterato che trascina al cattivo gusto anche il più candido e novizio cliente.

Un esempio chiarirà ancor meglio quanto stiamo dicendo. Sarà capitato certamente a molti tipografi di dover visitare dei clienti che hanno voluto carte da lettere ed altri stampati di cattivo gusto e di trovarli assisi davanti a delle perfette scrivanie razionali.

Contraddizioni, originalità, snobismi?

Niente di tutto questo. Ma così semplicemente, perchè gli architetti e i costruttori non hanno tenuto calcolo del gusto del cliente (che nel mobilio era più malato dalla febbre d'imitazioni di stili del passato), ma hanno fabbricato i loro mobili secondo il gusto e le necessità funzionali del nostro tempo e i clienti li hanno accettati, soggiogati dalla chiara superiorità.

È evidentissimo, da quanto abbiamo esposto, che è inutile resistere su posizioni polemiche comode quanto traballanti e false, ma tocca al tipografo d'oggi creare un gusto attuale e indirizzarvi il cliente d'oggi. E la via giusta non è certamente quella dei soliti sublimi maestri o « maghi » che dir si voglia della « tipografia-arte », tutti e sempre affannati a creare le effimere gloriuole e a trovare scusanti e pretesti per sfuggire a precisi doveri e responsabilità; ma sta nella ricerca fun-

zionale dei singoli stampati, perchè solo attraverso al concetto della più rigorosa funzionalità si arriva a dar vita e vigore al rinnovamento e ad esprimere le necessità mutate del nostro tempo, senza lasciarsi sopraffare dai nefasti, dell'estetismo decorativo fine a sè stesso di marca liberty.

Solo così si arriverà a far breccia anche tra i più negati al rinnovamento, perchè se non disarmeranno per insensibilità o torpore mentale dovranno pur ben disarmare davanti all'evidente superiorità pratica. Sarà ugualmente una vittoria.

In un clima come l'attuale di severa revisione di tutti i valori prestabiliti e già catalogati fra le glorie intangibili dalle bonarie abitudini borghesi, bisogna abbattere coraggiosamente tutti i diaframmi ipocriti, accettati supinamente dalla massa e mantenuti in vita dai voli lirici dei furbi ed interessati e dai teorici dell'ipocrisia ritenuta necessaria per vivere bene e in pace; che ad esempio colla scusa della « tipografia arte » scansano le responsabilità dei lavori degni della nostra « rassegna del brutto », e colla scusa del gusto del cliente non provano nessun senso di rossore per il resto della loro produzione inferiore.

Concludendo, segnaleremo che un curioso puntello, il quale contribuisce a sostenere lo stato di cose qui denunciato, è offerto precisamente da una indefinibile categoria di persone che chiameremo « suggestionate », perchè pensano col cervello altrui e difendono con molta foga e poca intelligenza, la falsa buona fede degli « artisti grafici » e tutte le loro ingegnose scuse, senza che nessun interesse e buona ragione li giustifichi e ne legittimi il loro atteggiamento.

« CAMPO GRAFICO »

I CLICHÉS CON L'ELEKTRON 28

Dalle « Notizie utili » di Giuseppe Pizzuto, pubblicate su « Campo Grafico », ho rilevato quella riguardante il nuovo metallo per la fotoincisione: l'Elektron 28 e credo sia utile valorizzare questo metallo date le sue ottime qualità. Cercherò di illustrare nel miglior modo questo Elektron attraverso l'esperienza di una continuata lavorazione di clichés che per mezzo del signor Ferruccio Spallaccia fu introdotto nello stabilimento Barabino & Graeve sostituendo completamente sia lo zinco, che il rame e dando i più perfetti risultati come riproduzione, nitidezza di stampa e durata di tirature assai superiore allo zinco. L'evoluzione della stampa tipografica, la situazione economica e la recrudescienza doganale hanno indotto i tecnici a risolvere diversi importanti problemi accentrandoli, nella loro soluzione, in uno solo ed è da ciò che nacque il nuovo metallo Elektron 28. Bisognava trovare un impasto di metallo omogeneo che non presentasse i difetti sia dello zinco che del rame. Da troppo tempo questi due metalli avevano un trattamento eguale di lavorazione che non ha mai dato un sentito progresso al campo grafico, tanto che i difetti che i tipografi-impressori hanno trovato un quarto di secolo fa stampando il cliché, li rilevano ancora oggigiorno benchè la macchina da incidere ottenga delle buone profondità, a detrimento dei mezzi toni che perdono di sostanza, e dalla parte fotografica che tenta, sia col puntino quadrato o a mandorla o leggermente arrotondato, a seconda degli originali da riprodurre, di ottenere quella omogeneità e densità di toni che solo ora si ha attraverso la calco-offset e ad una buona rotocalco.

Avendo necessità di ottenere un buon risultato di macchina ed una profondità di incisione proporzionata alla superficie incisibile, senza indebolire la robustezza del puntino in rilievo, si è constatato che non era possibile una maggiore profondità data la composizione del metallo il quale rosicchia la colonna del puntino assottigliandola più alla base che alla superficie. Ne consegue che il puntino crolla od è anemico. Per ovviare a questi inconvenienti e per stabilire delle profondità tali da permettere, oltre che alle lunghe tirature, anche buone stampe su carte che non siano l'americana o la patinata, che evitassero, per lo zinco, i depositi di piombo che non si possono incidere, o pel rame, pur che sia elettrolitico, lo sfogliamento del metallo, i chimici tedeschi trovarono la formazione del nuovo metallo Elektron che ha le mirabili qualità di essere puro, durissimo e di incisione assai più veloce dello zinco ed assai meno costoso del rame.

La lavorazione dell'Elektron, oltre alla sua rapidità, ha il vantaggio di mantenere tutti i toni nelle sue proporzioni perchè il metallo incidendosi o sprofondendosi con rapidità, non forza i lati dei puntini, specie dove è quadrettato, in modo da non modificarne i lati stessi e lasciare tutto quanto il negativo fotografico ha impresso sullo zinco. È intuitivo che se in una fotoincisione vi è un fotografo che sa comprendere bene il negativo, i lavori a mezzatinta, salvo qualche incisione di rifinitura alle parti estremamente in luce od ai cieli, con una sola incisione di macchina con acido a gradazione forte, usciranno finiti. Maggiori vantaggi l'Elektron 28 dà alle tricromie specie per quanto riguarda la precisione del registro in quanto l'Elektron, per la sua composizione e durezza, non subisce alcuna alterazione nello scaldare la lastra cuocendo lo smalto. Gli scontorni, sia ad acido che a ferro sono fatti con molta facilità e le sfumature si ottengono senza che il tipografo-impressore abbia la necessità di forzarle attraverso il taccheggio che il più delle volte riduce il puntino rosicchiato ed imperfetto, mentre con l'Elektron, potendosi ottenere una forte profondità, il puntino lo si può incidere sino alla massima sottigliezza senza pericolo che la testa del punto crolli e divenga nuovamente grosso e insfumabile. Dovendo lavorare dei clichés coi ferri retinati, l'Elektron è assai morbido e non lascia la cosidetta bava in giro al puntino e difficilmente si irruvidisce se trattato con acido forte.

La prova di resistenza chimica fra zinco, rame e Elektron ha dato il risultato del completo schiacciamento dello zinco nel confronto del rame e dell'Elektron con vantaggio che quest'ultimo metallo ha un prezzo inferiore del rame ed è assai più leggero dello zinco. Mentre lo zinco sente subito lo smerigliamento della carta e la pressione della macchina deformando il puntino, l'Elektron si mantiene quasi integralmente per 90.000 copie ed una buona rinfrescata poi, con una incisione di macchina, può continuare per molte migliaia di copie ancora.

Per l'alta resistenza alla pressione di questi clichés permettono anche di prendere un maggior numero di flamm come nello zinco, e si prestano anche per coniare

CASCINA MAGGIO

Nacqui l'ultimo agosto
e andai a far settembre
da Maria
che per tre figli
il latte aveva maturato.
Arrivai come un re
e mi copriron di fieno nella stalla
e cogli zoccoli mi fecero giocare.
Mi portarono in gerla
a far vendemmia
e il latte
mi fu dato sotto l'uva
e si curò nel sole
il male del mughetto
e fui reuccio
per tutta la vendemmia.
Poi nelle mani more
della donna e del vendemmiatore
conobbi le carezze della mamma
che innocente
di me era malata.
E quando tornò l'uva maturata
imparai da un gallo
a camminare.

flamm di piombo per galvani Albert Fiche. Se gli industriali fotoincisori dovessero prendere seriamente in esame questo metallo e dovessero farne conoscere le sue ottime qualità ai tipografi, sarebbe un vantaggio tecnico ed artistico per i fotoincisori e maggior risultato per i tipografi che troverebbero facilitato l'avviamento e la durata sia dei lavori a retino in nero che a colori e non si verificherebbe quanto avviene ancora oggi, che l'ultima risma stampata sia quasi irriconoscibile con la prima senza che il macchinista impressore abbia potuto impedire questa continua trasformazione del medesimo cliché.

ATTILIO CIOCCA

AL "CAMPO GRAFICO"

Come molti altri, che Vi sono anche più vicini di me, Vi confesso di avere versato l'abbonamento per il 1933 senza alcuna speranza di vedermi arrivare il dodicesimo numero. Non pensavo che Vi sarebbe venuta a mancare la buona volontà, ma conoscevo gli ostacoli che avreste incontrato. Avete superato questi ostacoli; il numero 12 è nella mia biblioteca. Inutili le lodi perchè avete la soddisfazione del lavoro compiuto e Vi manca la tristezza del lavoro finito: un altro anno (e molti altri) è davanti a Voi.

Vi debbo però ringraziare per le belle pagine che mi avete offerto, sia nella sostanza che nella forma. Per dimostrarVi praticamente l'interesse che ha suscitato in me la Vostra pubblicazione, voglio dirVi ora quello che penso nei riguardi delle possibilità. I Vostri collaboratori sono esclusivamente tecnici ed artisti. La Vostra rivista serve ad altri tecnici ed artisti e migliorerà *col tempo* in questo senso la produzione. Nella mia qualità di appartenente all'Ufficio Pubblicità di una grande Società, vedo i servizi che potreste rendere ai Clienti della tipografia.

Se il Cliente non esige il lavoro fatto in un certo modo, la maggioranza delle tipografie eseguiscono come meglio credono e lo stampato risultante si aggiunge generalmente alla rassegna del «brutto». Le belle pagine che avete stampate finora, servono ad un limitatissimo numero di persone e per un piccolo numero di lavori. Pubblicazioni d'eccezione per gente che può spendere molto. Noi non sentiamo la «drammacità» della costruzione di una pagina: pratica, buon gusto e buoni compositori ci tolgono da questo imbarazzo. Sentiamo invece ogni giorno la drammaticità dei preventivi che le tipografie ci presentano. Noi dobbiamo spendere poco perchè la pubblicità non è sinonimo di sperpero; dobbiamo ottenere il massimo rendimento con un minimo di spesa, altrimenti la pubblicità grava e non migliora i bilanci. Per questo dovete dimostrarci come si può stampare bene su carte comuni: dalla carta da giornale a quella patinata di basso costo. Dovete dirci quali sono i clichés adatti, i sistemi di stampa per le piccole, medie e grandi tirature. Dovete dirci anche dove possiamo rivolgerci per trovare quello che desideriamo e non nelle pagine della Vostra pubblicità, poichè tutti se la possono pagare.

Dovete metterci in condizioni di poter chiedere al tipografo quello che vogliamo, mettendogli davanti la prova di quanto è possibile ottenere. *Solo noi possiamo esigere* dal proprietario di tipografia accuratezza, innovazioni, buon gusto.

Il compito è nuovo e dovrebbe allettarVi. Neppure le grandi riviste forestiere hanno fatto qualcosa di simile. A meno che anche Voi vogliate tenerci fuori dalla porta come i contemporanei pontefici della stampa. Badate che di porte ne abbiamo anche nei nostri uffici.

CARLO LOMBARDI

N. d. R. Sia tranquillo il signor Lombardi che noi non faremo nè economia di tempo, nè di spazio per rispondere a delle richieste così interessanti e così intelligentemente aderenti al nostro clima.

RISANAMENTO ESTETICO

Non giusto sarebbe, penso, tacere della III Mostra Nazionale della Moda che si inaugura il 12 aprile a Torino, nè, ancòr meno, tesserne elogi i quali dovrebbero forzatamente ignorare il vero.

Forse, più bello e più italico sarebbe affrontare con coraggio il rancore di coloro che su essa Mostra speculano con mentalità demagogica e dire, delle brucianti verità, almeno per accenno qualcosa; ma il carattere strettamente tecnico di questa rivista non consente a me l'amaro esame e la serena critica dei sistemi e delle finalità dell'Ente di Torino e d'altra parte che giova la critica quando coloro cui si rivolge ben si guardano dall'ascoltarla e trarne profitto?

Già altra volta ò ampiamente trattato il complesso e vitale problema della Moda, nè sono stato io l'unico a denunciare nello scorso anno la non aderenza agli scopi e l'impreparazione dell'Ente. Tuttavia, sebbene ora alcuni dirigenti nuovi abbian preso il posto dei vecchi ed i criteri estetici che informavano la Mostra della Moda siano un poco mutati, nulla è stato risolto e solo è stata riaffermata la capacità singolare di taluni individui a ricalcare perennemente un inutile e circolare cammino che non raggiunge neppure lo scopo meschino di dar moto a una macina.

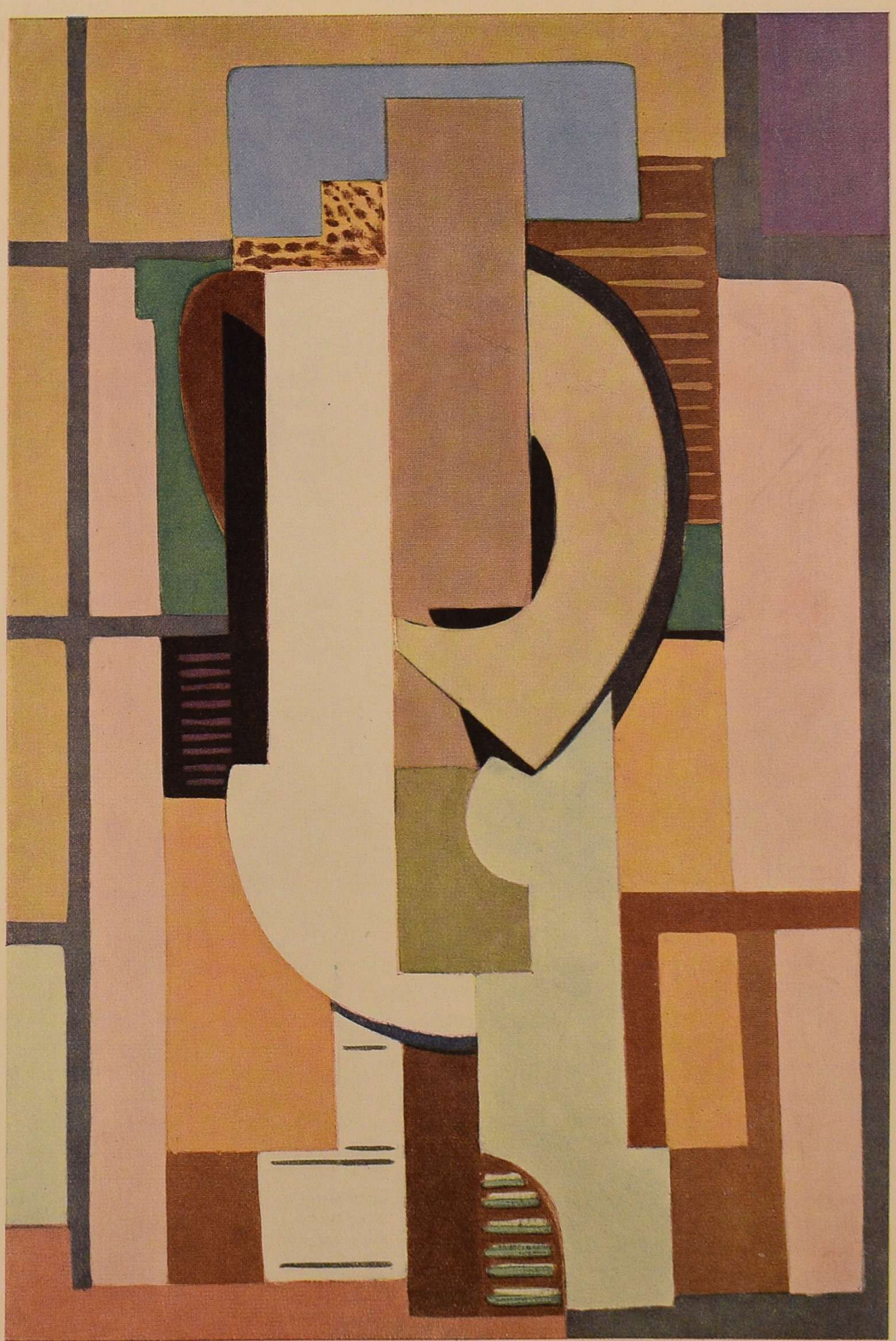
Che una Moda italiana esista da lungo novero di anni e solo le occorra rafforzamento di basi, già ò altrove affermato e non ora mi sento di nuovamente dimostrare tale asserzione; solamente chiedo qual beneficio possa trarre quest'arte dalla costituzione di un Ente i cui dirigenti non possono certo elevarsi a giudici di modernità e di buon gusto.

Infatti, pur tralasciando ogni critica alla Mostra in sè ed alle sue vetrine che sono specchio ad una certa mentalità modernizzatrice dello stile liberty di lunga e difficoltosa agonia, è sufficiente gettare uno sguardo alle brutture grafiche degli stampati dell'Ente, e particolarmente al suo ultimo numero unico, per esser certi che quanto asserisco è disgraziatamente vero.

Se un architetto razionalista usasse carta da lettera e biglietti da visita di stile liberty farebbe, oltrechè dubitare delle sue capacità artistiche, una ben curiosa impressione; e gli stampati dell'Ente Moda presi in blocco presentano questo aspetto paradossale. Il male à così profonde radici da costringere noi alla umiliazione di dover riconoscere la superiorità degli stampati delle case di Moda francesi, di cui taluni veramente meritevoli di elogi tendenti al superlativo, ed al triste raffronto

COLORI PRIMITIVI N. 26002 . NERO PER VIGNETTE N. 728 DELLA CASA
CH. LORILLEUX & C.IA . MILANO . VIA SOLFERINO 22 . TELEFONO 64.148

Tavola illustrativa fuori testo allegata al numero 4 del mese di aprile 1934 di "Campo Grafico"



RIPRODUZIONE A. DE PEDRINI

MAURO REGGIANI

di questi con quelli di molte Case di Moda italiane, di cui la maggior parte è degna di trovar posto nella nostra « Rassegna del brutto ». Triste soprattutto constatare che ciò non è un prodotto di trascuratezza, ma risulta invece indice di cattivo gusto, poichè abbiamo sott'occhio lavori eseguiti a più colori, su carta di lusso, con ricercatezza di stile eccessiva, sboccata nel più vieto liberty.

Il cliente privato cerca talvolta nella crisi e nella elevatezza di costo del lavoro ben fatto le scusanti alla sua mala educazione estetica. Ma quale scusa può accampare l'Ente Moda per i brutti cartelli che ànno invasi e deturpati i muri di cento città italiche? Non è questa un'offesa alla Nazione, nella sua gloriosa tradizione di bellezza? E a che giova allora la nostra battaglia per il rinnovamento grafico, se tutte le maggiori e migliori occasioni di risanamento estetico vanno perdute?

La Moda, poi, espressione mutevole, fugace rapidissimo susseguirsi di cose nuove, arte travolgente che non può conoscere soste ed è sempre il prodotto dell'ultima ora, dell'ultimo minuto del travaglioso ed inquieto anelito alla bellezza, che sboccia in una miracolosa forma di funzionale ed armonica semplicità e di grazia squisita suscitatrice di simpatia, la Moda, dico, si presenta a noi nel numero unico della Mostra sotto un aspetto anacronistico ed antipatico. Infatti questo strano accozzo di brutte fotografie e di slegati pensierini sulla Moda è tale capolavoro di disarmonia da gareggiare quasi con la « Leggenda di Ognuno » di Jedermann. A noi però interessa per ora, più che il muover critica ad ogni singola pagina, solamente denunciare i disastri grafici in esso perpetrati in rapporto ed in contrasto con le nostre chiare idee di riforma.

L'usare per le illustrazioni la meno adatta delle carte, quella giallina, e per le tavole a colori, con evidente stridore, della carta bianca, sembra a noi già sufficientemente grave; d'altra parte la copertina stessa prepara ai misfatti dell'interno cosicchè non può certo dire l'eventuale compratore del numero di essere stato truffato.

Il disegno della copertina è tipica trovata di gusto liberty: la parola « Moda » vi si svolge da una pezza di stoffa ed è stampata in bleu su fondo oro.

Notevole ricordare a questo proposito che l'unione di bleu ed oro è notoriamente di effetto sicuro sì da venir considerata mezzo di espressione dilettantistica, e notevole pure notare che il fondo oro altro non è se non il più logico prodotto della mentalità provinciale dei desiderosi di far colpo.

ALFONSO DE SIMONE

CARTELLI IN GIRO

Che il soffermarsi in giro, per un tempo più o meno trascurabile, lungo le sale di questa universale mostra permanente ch'è la strada, possa essere oltre che più simpatico, maggiormente interessante che il regalar qualche ora, più o meno preziosa, alle sale di una qualunque esposizione preordinata, è un fatto troppo chiaro per essere dimostrato, con qualche sussiego, in una rivista che promana da persone intelligenti. Anche se i soffitti ben chiusi e i tappeti ben morbidi offrono incontestabilmente maggior comodità che non le frequenti incostanze di questo nostro cielo lombardo. Questa gioia che ci reca la primavera, questo fervore di vita ch'è nell'aria, quel sottile sorriso ch'è negli occhi d'ognuno, le vampate dei colori che i cartelli in giro, ci urlano su gli occhi, rappresentano uno dei temi più belli di questa vasta sinfonia che risuona nella strada d'ogni ora.

Cartelli in giro. Ma ai mille e differenti motivi d'interesse che la ventata cromatica del cartello murale suol dare, occorre aggiungerne un altro: il meno contingente e perciò il più ricco e più profondo: quello cioè ch'è proprio e solo d'un fatto di Bellezza. Per questo, oltre che per la finalità stessa della nostra rivista, noi cercheremo di fermarci agli elementi più espressivi e più positivi di questa bellezza e segnaleremo, tra i cartelli, i più buoni e fra questi i più belli. E vedremo così quanta sciocchezza stia nell'affermazione di coloro che ritengono a parole o, quel ch'è peggio, a fatti e con che fatti, doversi nel cartello curare solo la solidità del pugno nell'occhio e via. I pugni nell'occhio fanno male e male solamente: fanno vedere le stelle e scappare.... e chi non li saprebbe dare? ma è per questo allora che tutti fanno cartelli? Ed è per questo allora che anche voi, dando pugni più o meno negli occhi, vi sentite pittore?

Abbiamo conosciuto tempo fa l'industriale Cora di Torino il quale ha cercato di convincerci che la sua *spirale pubblicitaria* deve intendersi come un *segno internazionale* ch'egli ha saputo lanciare, già da cinque anni, attraverso ingentissime spese, per il vasto mondo, a significare.... cosa, poi, non l'abbiamo capito davvero. In altri termini chiunque dovrebbe vedere, nella *spirale di Cora,* una cosa ben nota, evidente, chiarissima: internazionale! Che la spirale di Cora sia un fortissimo richiamo, molto indovinato davvero, è fuori di discussione e la nostra obbiettività ci porta a riconoscerlo immediatamente, ma che, ai fini redditizi pubblicitari, che devono bene essere a capo di ogni manifestazione del genere, Cora riesca a tradurre, solo graficamente, nella sua spirale, il « prodotto » vermout sì che « spirale + Cora » debba voler dire « vermout Cora », non crediamo davvero.

Dovremmo qui dire che cosa noi s'intenda per cartello: come esso dovrebbe essere concepito ed eseguìto, come le sue finalità pubblicitarie dovrebbero essere raggiunte, come il suo compito gli dia dei doveri invalicabili, ecc. ecc., e perchè quindi ad esso non debbano avvicinarsi che i pittori e perchè ad esso non tutti i pittori possano avvicinarsi.

Rimandiamo a più in là l'esposizione suaccennata e torniamo intanto ai cartelli in giro: in capo ai quali metteremo assai volentieri quello di Seneca per l'Unica. È, infatti, il miglior cartello di questo 1934, anche se proprio ai fini dell'Unica quell'uovo marrone, tra le spire di un.... serpente, sia servito più a ricordare l'uovo di rettile che quello di Pasqua.

Del cartello di Dudovich per la Rinascente non possiamo dir bene poichè è il solito soggetto abusatissimo, ma questa volta nemmeno disegnato. E poi quel far verdi le scarpe e le calze, come la gonna... ed i guanti rossi come la sciarpa... E dire che Dudovich ci ha dato qualche bel cartello nel passato! Cromatismo sgargiante, ma meno cartello di quello che avrebbe potuto certamente essere, è quello per il vino Salento dei Monopoli Ruffini. Il motivo, abusatissimo, della bottiglia vista di scorcio, mal si adegua ad un cartello a cui si è

data tanta diffusione. Tutto quel verde è un ripiego e non un richiamo. L'unica nota intelligente è l'assenza della firma dell'autore. Brutto, antiquato, confuso, troppo pesante e per nulla adatto per il « dolce marsala » è quello di Codognato per Florio.

Luigi Paradisi ha creato un bruttissimo cartello per la Mostra della Moda. Ha creato il cartello ed ha voluto crearne anche i caratteri. È venuta fuori una cosa ibrida in cui le lettere si indovinano anzichè leggere ed a capo del cartello è un gran 3 ed in alto, vicino, un ferro di cavallo che vorrebbe essere una a ed è una c: leggi quindi, « Tre centesimi la Mostra della Moda »! Peccato che sì importante manifestazione non abbia mai imbroccato il proprio cartello! Infatti, peggiori di questi sono stati i due precedenti.

Sepo. La Merveilleuse, ora Tortonese, è andata due volte a Parigi pel proprio cartello: prima da Cappiello per la creazione (?), ora da Sepo per il restauro! E Sepo ha *ricavato* un bel cartello che, per giunta, è stato anche stampato benissimo. Avremmo peraltro preferito che il « nuovo » cartello fosse stato firmato da entrambi gli autori.

Boccasile e la Fiera di Milano. Motivo vecchio che già abbiamo visto adoperar per le Fiere estere. Cartello vuoto. Buono invece il cartello dello stesso autore per il cappello verde. Quello per Omega non è un cartello e non conta parlarne.

Onorato ha mal disegnato un brutto coccodrillo e sopra vi ha scritto Viviani e questi, intelligente com'è, non ha osato protestare. Così anche Onorato ha voluto raffigurare i 3 Defilippo in 3 pupazzi piatti e stucchevoli, volutamente caricaturali, alla maniera degli scolari. Tanta disinvoltura, propria alla barzelletta, non si attaglia al cartello.

Stagione magra questa; di cartelli buoni in giro non ne abbiamo visto quasi nessuno. Dovremmo concludere che il cartello murale va morendo, che il mondo è troppo distratto da altri problemi più severi e che sulla fiammella che alimenta il fuoco sacro dell'arte, sia pure pubblicitaria ci soffiano su, per spegnerla o per farla tremolare, non certo per ravvivarla, gl'industriali stessi che, a queste manifestazioni si sono abituati a guardare con irriducibile sconfortante stanchezza...

Ma la vera ragione non è forse ancora questa. La colpa è un po' dei pittori, molto dei giudici. I pittori sono scoraggiati dalla volgare e testarda incomprensione dei giudici che sono sempre tanti, sempre nuovi, sempre impreparati, sempre costretti ad inservire interessi nascosti, sia pure di ordine soltanto sentimentale.

Visto che da noi, per tali manifestazioni pubblicitarie, non esiste ancora una educazione del gusto, nè una competenza specifica da parte degli industriali o da parte di coloro che debbono giudicare e collaudare, bisognerebbe che ogni volta che si vuol offrire al pubblico-massa una figurazione stampata, quale richiamo pubblicitario, (cartello, calendario, dépliant, etc.) della commissione giudicatrice facessero parte dei competenti: non dei pittori, dei letterati, dei giornalisti (anche questi contano, naturalmente), ma dei veri competenti. Questo è tutto.

M. FISCHETTI SALVIA

APPUNTI DI STAMPA

Benchè a tutta prima la stampa tipografica sulle carte gravure e simili gravure possa sembrare molto difficoltosa, in pratica essa non presenta tutte le difficoltà apparenti. Dopo quanto ha esposto l'autore degli articoli precedenti riguardanti i nuovi orientamenti ecc. ben poco v'è da dire. Anzitutto poichè si tratta di vincere e accludere colla stampa tutte le porosità e ruvidezze che può presentare la carta è essenziale stampare con avviamento a secco, contatti rigidi il più possibile; questo avviamento a secco deve essere protetto da tela gommata o caucciù sul quale sarà applicato un ultimo foglio e la scarica a tamburo.

Nelle macchine a cilindro però si può anche evitare di porre l'avviamento sotto al caucciù o tela gommata. Basta mettere un rivestimento da cartoncini, tela gommata o caucciù, tre o quattro fogli di carta maestra e un foglio di carta ben collata e un po' più pesante degli altri detti. Questo ultimo foglio verrà applicato a tamburo sopra gli altri quando l'avviamento sarà ultimato e sopra ad esso dovrà restare solo la discarica o carta oliata.

In pratica anche questo modo d'avviamento ha dato ottimi risultati, offrendo il vantaggio sull'altro di evitare il perditempo di sollevare ripetutamente la tela gommata o caucciù per applicarvi sotto i fogli d'avviamento. È un sistema pratico come un altro senza nulla di speciale e non è detto che forse la frequenza nel trattamento per la stampa di queste carte non abbia a suggerire qualche altro modo più pratico e più spiccio anche del presente.

Però è da tenere presente che nel trattamento di queste carte gravure o simili, è necessario, se si vuol ottenere una buona stampa, far uso del tacco-avviamento, sia esso a mano, pirografato, chimico, a polveri, poco conta purchè ci sia, che si applicherà ad avviamento ultimato sulle fotoincisioni. Esso ha il vantaggio di rendere più forte il contatto fra le masse di impressione (neri, mezzi tinti e tinti chiari), e quindi di far vincere molto più facilmente colla stampa le varie asperità porose della carta. I begli effetti di stampa su questa carta notano molto meglio colla stampa opaca. Difatti a soggetti prestanti vi sono tri e quattrocromie che su forte gravure o simil gravure offrono effetti superiori a quelli su carte patinate.

Il pregio di queste stampe tipocromo è di avere tutta l'apparenza delle riproduzioni fototipiche. Comunemente le carte gravure o simili, hanno due faccie delle quali una è più rugosa dell'altra; è perciò bene se possibile che l'impressore scelga un po' di questi fogli e si serva della parte più rugosa per eseguire l'avviamento. Ciò gli darà modo di ottenere una sicura buona stampa per ambi le faccie della carta.

La prestanza degli inchiostri tipografici è varia, ma ben pochi sono gli inchiostri che per la stampa opaca offrano la necessaria bontà. La bontà di un inchiostro per stampa opaca si riconosce perchè:

I. non deve depositare facilmente nel reticolo delle incisioni;

II. non deve dare lo slaveggio viscido attorno alle lettere nere;

III. deve asciugare abbastanza facilmente senza aiuto di essicanti.

Aprendo una scatola d'inchiostro nuovo, può essere di molto aiuto (come base) l'odore che esso emana e la prova digitale che se ne fa su una carta non assorbente: se ha l'odore oleoso, non asciuga facilmente; se alla prova digitale dà saggi grigiastri vuol dire che è di poca consistenza colo-

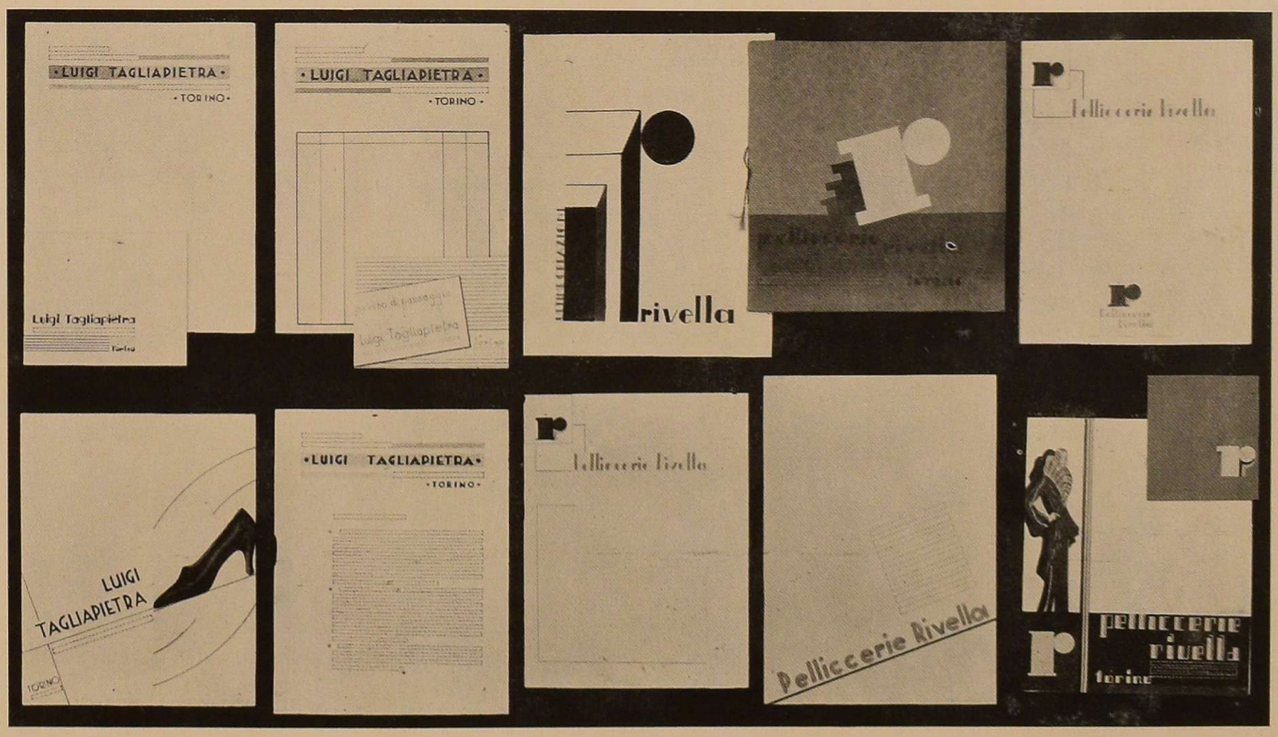


Dradi-Rossi



Erberto Carboni

Scuole professionali Don Bosco



rante, quindi non è inchiostro buono.
La casa Lorilleux da un po' di tempo ha rivolto i suoi studi alla creazione di questi inchiostri cromo e il risultato ottenuto è soddisfacente. Siamo però ancora ai primi passi ed è nostro parere che si potrà andare anche più in là, molto speriamo, e mentre esprimiamo il nostro compiacimento a questi egregi signori che unitamente a quelli del ramo fotomeccanico, si son fatti pionieri dell'avvenire tipografico, incoraggiamo il progrediente cammino sì da vedere ben presto il trionfo della tipografia in quegli altri rami che le han tolto quel primato che deteneva e che giustamente le spetta. L'IMPRESSORE

Un abbonato, Milano. *Qual'è il miglior modo di preparare una tinta di fondo? La migliore base è di usare la sola trasparina, o in uguale parte con bianco? Oppure solo bianco? Quale bianco di più si addice?*
E per emolliente la migliore è la vernice all'olio di lino?
Per fare che la tinta non debba venire via soffregando con le dita basta solo un poco di essicante?
Sia per carte patinate o comuni il metodo cambia?
Perchè nella stampa di fondini anche piccolissimi in una macchina a platina, il fondo non riesce tutto uniforme, ma bensì resta come « maculato » come se strappasse l'inchiostro?
Durante la stampa di un fondino in una 50 × 70 *piana, il lavoro non riuscì perfetto, perchè veniva riportato sulla parte piena del fondo, dai rulli inchiostratori, il segno, cioè l'ombreggiatura di una figura che vi era incisa nello zinco.*
Questo dipendeva dalla poco macinazione della macchina avendo essa solo due rulli inchiostratori?

Le tinte per fondi si preparano meglio con bianco. Però se la stampa va fatta su carta patinata, molto bene si addice la vernice debolissima perchè evita gli strappi; ad ogni modo occorre tener presente che stampando su carte che richiedono tanto inchiostro (mano macchina, gravure, simil gravure, pannose, assorbenti, ecc.) è meglio usare il bianco che potrà essere bianco smalto coprente per le carte pannose e porose, bianco neve per le carte liscie. Inoltre i bianchi hanno anche una prestanza particolare: il bianco neve ben si addice per le tinte sfumate e leggere: i rosa, i crema, ecc.; il bianco smalto coprente per le tinte forti e le carte ruvide; il bianco argento per i grigi e i colori ove entra il nero, appunto per la sua particolare cupezza di fondo.
L'emolliente adatto può essere colla trasparina la vernice debole, un poco di petrolio o fluidogeno e circa l'8 % di essicante. Questa dosatura come base perchè a seconda le carte sulle quali si stampa, la stagione, le condizioni atmosferiche e di ambiente, ciò cambia ragionatamente è deve essere lo spirito di osservazione dell'operaio che crea una certa regola al suo lavoro.
Usando inchiostro a base di bianco la dose di essicante cambia e può variare da 2 a 5 % circa. Ma anche qui occorre osservare i primi risultati per modificare la dose che per le ragioni già dette non è sempre uguale.
La stampa maculata quando non è dovuta a inchiostro troppo duro, proviene da leggera stampa, quindi è di giovamento forzare con maggiore pressione le parti che appariscono maculate.
La prova che l'inchiostro è troppo duro si ha toccando col palmo della mano la lastra dell'incisione subito dopo effettuata la stampa e senza che abbia a ricevere la rullatura: se la mano aderisce e si sente che vi è deposito di inchiostro vuol dire che è troppo duro e la stampa non lo asporta come dovrebbe.
Vi sono due ragioni che giustificano quell'inconveniente lamentato:
1. L'inchiostro troppo inconsistente, cioè privo di forza colorante. Per ottenere la stampa confacente se ne avrebbe dovuto dare una quantità esuberante, ciò che avrebbe alterato la tonalità di colore e la bellezza del lavoro.
2. La scarsità di rulli distributori come è stato segnalato da Voi.

NUOVE RILEGATURE A MOSAICO

Quando la rilegatura non costituiva un'opera da cui ne risultasse un vanto al rilegatore (questo avvenne per parecchi secoli prima del XIV), gli orefici, i gioiellieri, gli smaltisti, i niellisti, gli artefici della glittica, dell'avorio, i coniatori di medaglie, i bulinisti, i pittori e via, erano dessi che entravano in campo per contribuire e rendere preziose e superbe le coperte degli antichi volumi anche se manoscritti. Durante quel lungo periodo la vera arte della rilegatura, in Europa non poteva che restare oppressa e umiliata dal lusso smodato e dalle pretese dei materiali cui era costretta a sottostare e dalle arti ad essa estranee.
Se prima dell'invenzione della stampa i rilegatori di libri non poterono che essere degli umilissimi e sconosciuti operai, dopo, col perfezionarsi della grande scoperta di Gutenberg, cominciò per la rilegatura un'era nuova e gloriosa. Le rilegature in cuoio trionfarono su quelle appesantite dai troppi e gravi ornamenti dei sullodati artisti.
Dopo le monastiche rilegature del secolo XIV, s'introdusse l'uso della doratura che all'inizio, si manifestò come un sottil raggio di sole, raggio che ben presto si dilatò luminoso sulle ben appropriate coperte dei libri arricchendole d'un'arte non mendicata. Dai primi timidi ornamenti d'oro, impressi con un numero limitatissimo di ferri caldi, iniziando la doratura detta a *piccoli ferri*, si passò a una decorazione aurea più ricca, ma sempre elegante, e ciò avvenne specialmente a Venezia.
Ma il rilegatore artista non poteva escogitare, per i suoi capolavori, altro elemento più decorativo all'infuori di quello che dà ricchezza e luce? Oltre lo splendore dell'oro non vi poteva essere una più nobile rappresentanza di colori? Sì, questa rappresentanza vi fu e per giunta esuberante di vita nella città dei Dogi, nella quale apparvero, specie nel secolo XVI, quei gioielli di rilegature policrome con dorature, divenute poi così celebri.
La doratura e il mosaico in pelle furono indiscutibillmente sempre i due elementi fondamentali dell'ornamentazione artistica, propria del rilegatore che rispetta e ama l'arte sua. Detti elementi possono andare di pari passo: stretti in armonica alleanza, si ravvivano, s'illeggiadriscono e si completano, talvolta l'uno prevale, tal altra la prevalenza è dell'altro: la solidarietà d'entrambi dà ad essi forza ed effica-

cia mirabile: son questi gli ornamenti propri e classici della rilegatura come per il fine tessuto è il serico ricamo, come per gli oggetti di ricco metallo sono le pietre preziose. Se col mosaico si possono raffigurare infinita varietà di forme ornamentali, perchè condannarlo a rappresentare solo dei monotoni fondi e dei compassati motivi? Trattato con fiducia e competenza, ci potrà dare delle ammirevoli espressioni, non prive di pensiero e di parola. Ma se non si volesse concedere all'intarsio di pelle di rappresentare delle figure animate, e anche non volendole assolutamente bandire dalla coperta del libro, a qual arte ricorrere per raggiungere questo scopo? Il pennello e i colori potranno dare maggiori morbidezze del trincetto e delle pelli, ma i chiaroscuri di queste, così netti e decisi, così vigorosi e tenati, si addicono meglio alla rilegatura che passa dalle mani agli scaffali con tanta facilità anzichè un'accurata pittura, fatta per la tela, per la parete ecc., più per essere ammirata che per essere maneggiata.

Il produrre sulla coperta del libro rilegato una figura che rammenti le sembianze di qualche personaggio celebre o insigne, o rappresentante l'autore dell'opera, era assai noto e praticato nel secolo XVI, e a testimoniarlo sono numerose le rilegature di quel tempo che tuttora si conservano. Questa costumanza che risale agli antichi dittici romani, non è stata mai trascurata nei secoli successivi. Dal rilievo dell'avorio si passa a quello del metallo e del cuoio. Solo quest'ultimo testifica il progresso della tecnica legatorile; ma il ritratto senza rilievo è ancor più confacente alla rilegatura, perchè per la coperta del libro si addice meglio il piano liscio che quello solcato da prominenze o da sinuosità.

Gli artisti moderni più noti dell'arte della rilegatura trattano generalmente il riporto di pelle con sobrietà, con mirabile eleganza e, senza alcuna pretesa ardimentosa, producendo lavori che accoppiano finezza di gusto, genialità di forma, semplicità di esposizione.

Le nostre rilegature si distinguono per l'intarsio di pelle, ottenuto con una tecnica efficacissima e sicura.

GUIDO L. COLOMBINI

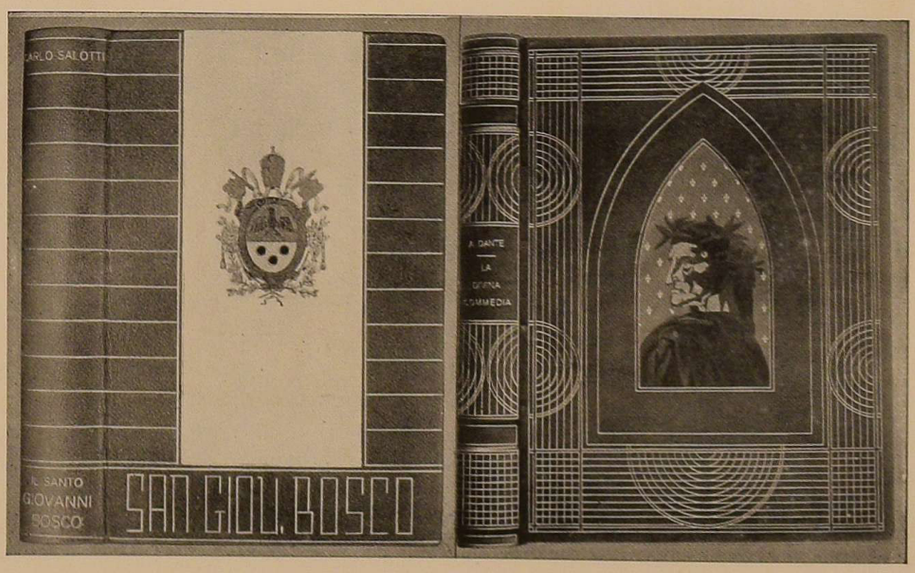
CRONACA CAMPISTA

La sera del 28 marzo scorso i proprietari e titolari dell'Istituto Grafico Vanzetti e Vanoletti hanno riunito a banchetto, presso il Ristorante « Giannino », le loro maestranze. A tale riunione, che doveva festeggiare la consegna del diploma e relativo distintivo della onorificenza concessa dal Governo belga al nostro collega Giovanni Brenna (« campista ») di « Lauréat du Travail », di cui già demmo notizia nel numero del mese di settembre dell'anno scorso della nostra rivista, sono stati gentilmente invitati a parteciparvi anche alcuni « campisti ». La serata, trascorsa in un'atmosfera di vera cordialità, s'è chiusa con indovinate parole del signor Vanzetti, il quale ha voluto mettere in evidenza come nel festeggiare Giovanni Brenna, insignito di così ambita onorificenza, la ditta intendeva rendere omaggio alle maestranze tutte, che alle sue fortune contribuiscono con la loro attività intelligente e consapevole s'è detto lieto anche di avere presenti rappresentanti della nostra rivista a cui ha espresso la sua viva simpatia ed ha promesso il suo efficace appoggio. Hanno risposto per le maestranze i colleghi Brambilla e Colombo, che, dopo aver sottolineato il significato della riunione e rivolto parole di felicitazioni al Brenna, hanno ringraziato gli industriali Vanzetti e Vanoletti per il loro simpatico gesto. Infine Baldini ha portato il saluto e le congratulazioni della nostra rivista e ha ringraziato vivamente i detti industriali per l'invito loro rivolto, invito che ha dato modo di partecipare con cuore fervido alle onoranze tributate ad uno dei migliori della famiglia di « Campo Grafico ».

VISITE A STABILIMENTI

La visita allo stabilimento di Dergano della ditta Ch. Lorilleux e C.ia, che si è effettuata l'8 aprile, ha superato ogni aspettativa sia per l'efficace organizzazione e per il vivo interesse offerto, sia per il modo veramente cordiale e affettuoso col quale i tecnici, con a capo il valoroso ing. Orsenigo, hanno voluto accogliere i numerosi visitatori chiamati dalla nostra iniziativa. Per rendere più razionale, efficace e ordinata la visita, i numerosi intervenuti sono stati divisi in tre gruppi, ogni gruppo avendo alla testa un tecnico, prodigo oltre ogni dire di spiegazioni lucidissime e di ragguagli utili ed importanti. Così i visitatori, dopo essere passati dal gabinetto chimico ai diversi reparti di lavorazione ed essere stati edotti minutamente sulle materie usate, sui diversi stadi di fabbricazione, e sulle diverse caratteristiche di

Realizzazioni di Guido L. Colombini



ciascun prodotto son pervenuti alla sala di prova degl'inchiostri, dove hanno avuto modo di ammirare una ricca serie di bellissime stampe a colori. A visita ultimata fu servito un sontuoso rinfresco col quale la ditta Lorilleux, con cortesia magnifica, ha voluto coronare la istruttiva ed interessantissima visita. Ai ringraziamenti vivissimi, rivolti a nome di « Campo Grafico » e degli intervenuti tutti dal collega Baldini, ha risposto l'ing. Orsenigo, il quale si è detto lietissimo della visita compiuta dai « campisti », augurandosi che gli sia data ancora occasione di accogliere altre schiere di visitatori, anche più numerose, che vogliano rendersi conto del come vengano preparati gl'inchiostri da stampa.
Dopo aver ricevuto ciascuno delle bellissime tricromie e saggi di stampa i visitatori hanno lasciato, soddisfatti oltre ogni dire, lo stabilimento. All'ottimo ingegner Orsenigo e ai tecnici tutti, che si sono adoperati nel migliore dei modi per rendere efficace ed attraente la visita, rinnoviamo ancora una volta da queste colonne il nostro vivo e cordiale ringraziamento.

PAGINA DELLE NOTIZIE UTILI

Per la stampa dei clichés su carte rugose. Un nuovo processo attira ora l'attenzione d'un buon numero di stampatori, soprattutto di editori, ed è quello che in Francia viene chiamato « Typomat ». Si è voluto dare questa definizione alla tecnica che permette di stampare clichès a mezza tinta su carte non patinate. In realtà non si tratta d'un processo vero e proprio, ma semplicemente d'un perfezionamento simultaneo dei tre elementi: cliché, tiratura e carta. Esso non consiste, come nella stampa di autotipie, che nell'applicazione d'un cliché di zinco a reticolo coll'aiuto d'una macchina tipografica ordinaria a pressione diretta sulla superficie della carta. Dei clichés da poter stampare su carte non patinate, ce ne sono sempre stati; almeno si è sempre saputo come farli: l'importante era ed è di ottenere fra i grani del reticolo un incavo netto e senza sbavature, che l'inchiostro non minacci di otturare sotto l'azione delle rugosità della carta. Le carte patinate hanno contribuito grandemente alla diffusione delle edizioni illustrate; esse rappresentano tuttavia l'ideale della pigrizia, chè il cromo della carta, col facile assorbimento degli inchiostri, ha spesso lavorato al posto dello stampatore, dispensandolo da ogni cura relativa all'inchiostrazione ed all'avviamento. Tendenza al minimo sforzo molto pericolosa per il tipografo. Mentre infatti essa affidava a carte costose il compito di sopportare le tirature a prezzo modico (quelle in tipo), altre tecniche (processi realmente nuovi questi: la rotocalco e l'offset) hanno introdotto l'uso di materiali molto costosi, per la stampa di forti tirature su carte di poco prezzo; cosicchè per le grandi tirature, dove non contano più le spese iniziali d'impianto, la concorrenza cessa d'essere possibile. Ma dove il tipografo si è svegliato, dove la sua controffensiva, mercè la « Typomat », non può mancare di essere vittoriosa, è nel dominio della stampa a tiratura piccola e media, quella che comporta l'eventualità d'una ristampa, dominio essenzialmente della stampa tipografica. Un processo quest'ultimo che non ha mai cessato di essere popolare e che, anche laddove esso dispone di grandi impianti, conserva ancora delle sue origini qualche cosa di artigianesco, non richiedendo esso nessuna chimica, nessun trucco. Che la « Typomat » eguagli o no l'eliografia, che essa sorpassi o no la tipografia, è questione di gusti o di estetica. Ciò che interessa realmente per l'avvenire della stampa — sempre più incalzata dalla diffusione dell'immagine, come lo fu un tempo da quella del testo — è che nella gamma dei processi di riproduzione una lacuna pare essersi colmata. Se ne possono vedere i magnifici risultati attraverso tre bellissime fotografie riprodotte nel n. 36 di « Arts et Métiers Graphiques ». la splendida Rivista francese, che pubblica al riguardo un succoso articolo di Maximilien Vox, dal quale abbiamo spigolato questi dati.

La stampa a base di clichés in caucciù. — Questo nuovo procedimento sembrava dovesse prendere sin dall'inizio un'estensione considerevole, ma i tedeschi i quali, primi fra gli altri, hanno lanciato un tal genere di stampa non si sono accorti subito di tutte le possibilità dell'innovazione. Anzi, lasciandosi influenzare dall'elasticità del caucciù, mentre il principale vantaggio di quest'ultimo è il suo « amore » per l'inchiostro liquido, essi hanno fabbricato delle macchine leggere, senza quasi preoccuparsi dei clichés e degli inchiostri, di guisa che la stampa riusciva grossolana, come ad esempio quella sulla carta da imballaggio per magazzeni.
Nel frattempo però — osserva L. B. in « Papyrus » — i tecnici francesi si sono dati ad esaminare attentamente i risultati ottenuti dalla pratica e, in previsione della possibilità di sostituire l'inchiostro grasso con l'inchiostro di anilina per molte impressioni in tipo, hanno riassunto il problema in queste tre considerazioni: 1) che se le macchine erano più semplici, esse avevano non di meno la stessa funzione delle macchine da stampa e dovevano perciò essere costruite come tali e anche con maggior precisione;
2) che i clichés devono essere concepiti in modo da utilizzare la flessibilità del caucciù dal punto di vista del montaggio, e non per schiacciare più o meno l'incisione. Essi vanno eseguiti con cura e precisione, ciò che permette tutte le finezze e sopprime totalmente l'avviamento;
3) che gli inchiostri di anilina, dovendoli al principio fare da sè (gli stessi tedeschi non ne vendevano che le polveri), avevano bisogno di essere studiati seriamente da buoni chimici per renderli indelebili, resistenti alla luce, opachi o brillanti, secondo i casi, e bene appropriati alle carte più o meno assorbenti.
È in seguito ad una vera collaborazione fra ingegneri, incisori, e chimici francesi — soggiunge l'articolista — che i progressi sono stati rapidi e sicuri. I primi ad approfittarne furono i fabbricanti di sacchetti, le cui macchine più studiate e più solide perchè più strette hanno permesso, con clichés ed inchiostri ben determinati, delle impressioni senza confronto con quelle che si facevano prima. Si può dunque dire che attualmente le impressioni all'inchiostro di anilina, con clichés in caucciù e macchine rotative costruite appositamente, sono entrate nel dominio delle arti grafiche. È da prevedere che l'utilizzazione di questo procedimento semplice, pratico e poco costoso, avrà presto numerose applicazioni, e lo si vedrà considerevolmente in avvenire. Indipendentemente dalle impressioni che dà per tutte le carte da piegatura, esso troverà ancora il suo impiego

ERNESTA ROBBIATI

modista

MILANO VIA AMEDEI 6

ERNESTA ROBBIATI
modista
MILANO VIA AMEDEI 6

in una moltitudine di casi. Le tinte vive degli inchiostri, il loro rapido essicamento e il facile avviamento dei clichés sono dei fattori che interverranno particolarmente ad influenzare l'evoluzione di questo procedimento. Ritorneremo su questo importante argomento, anche per indicare più ampiamente le macchine da utilizzare ed il loro impiego, gli inchiostri di anilina ed i clichés che sono necessari all'applicazione del procedimento.

Un nuovo genere di carta metallizzata. — La maggior parte delle carte argentate o dorate sono preparate con una miscela di polveri metalliche, passate poi al pressatoio per acquistare la forma brillante. Si sono anche fabbricate carte su cui era incollato un foglio sottilissimo di metallo. Ora si fabbricano carte d'ottone, nichelate o cromate per deposito elettrolitico, e a giudicarne dal campione che ne dà « Modern Packaging », queste carte sono superbe. È evidente che tali prodotti offrono delle qualità di perfetta stampa e resistenza, che si cercherebbe invano in altre carte. Queste carte metallizzate elettroliticamente servono particolarmente per la carta da imballaggio e da pacchi.

Macchina per stozzare e per tracciare. — Per preparare scatole in grande quantità e rapidamente è stata costruita apposta questa macchina piana, a giro continuo. Nel movimento del carro e del cilindro, nella base e nelle fiancate, essa è identica alla macchina da stampa L. & M., il che significa che oltre tutti i recenti perfezionamenti, in essa eccelle la perfezione del registro, la praticità di manovra, ecc. Il ricevitore del foglio è a carrello, e durante il percorso del cilindro al tavolo d'uscita il foglio è sostenuto e trasportato da un « tapis roulant » a striscie, sicchè qualsiasi rischio di piegature e sgualciture è assolutamente prevenuto. Il rivestimento di acciaio del cilindro (o contro-forma) è fissato dai lati maggiori con un sistema il quale offre il vantaggio di poter ricollocare rapidamente a registro con i coltelli lo stesso rivestimento, quando per una ragione qualsiasi fosse stato necessario sostituire il lavoro in corso prima del suo termine. La pressione del cilindro è assai potente perchè il taglio dei cartoni, che avviene contemporaneamente alla loro tracciatura, riesca ben netto. I cartoni rimangono sempre con la superficie tracciata rivolta in alto. Questa macchina si costruisce in due formati: mm. 914×1321 e mm. 813×1143. La velocità di produzione è di mille cartoni all'ora. Ne è concessionaria per l'Italia la Società Linotype Italiana.

Grado di fusibilità dei metalli. — In varie occasioni ci si è chiesto quale sia la maggiore o minore resistenza di un metallo alle temperature termiche. Dobbiamo subito far presente che in molti casi le condizioni di ambiente e le particolari variazioni atmosferiche possono influire sul grado di fusibilità del metallo stesso, come la pratica ha già dimostrato. Passiamo ora a segnalare i dati necessari aggiungendo, per alcuni metalli, il grado minimo e massimo di fusibilità: rame 1090, argento 954, zinco 412, oro 1100/1250, stagno 230, piombo 334, ferro 1500/1600, cobalto 1500/1800, nickel 1400/1500, platino 1775/2200, alluminio 600/700, antimonio 430, acciaio 1300/1400, ghisa bianca 1000/1050, ghisa grigia 1100/1200, ottone 1015, bronzo 900, metallo delta 950, zolfo 109.

Galleria artistica (Quaderni Ratta). — I tipografi italiani conoscono già Cesare Ratta — questa magnifica tempra di lavoratore, d'artista e di maestro innamorato del bello, — la cui preziosa esistenza può e deve servire d'esempio e di monito alla nuova generazione che sale con tanta leggerezza l'erta ripida della vita. Non è possibile dire, in questa nostra breve rassegna, quali e quanti meriti egli sia riuscito ad acquistarsi attraverso le sue numerose pubblicazioni edite, un tempo, quale direttore e animatore della Scuola Tipografica di Bologna, e poi come editore di pubblicazioni d'arte.
Ci limitiamo per ora ad attirare l'attenzione dei lettori sulla sua splendida Raccolta intitolata « Galleria Artistica », che non ha nulla da invidiare alle altre del genere stampate all'estero. Il Ratta ha saputo raggruppare con felice armonia 60 xilografie dei migliori artisti italiani di quest'ultimo ventennio, aprendo lui stesso il bel volume con una magistrale prefazione, dalla quale ci piace ricavare questa nobile conclusione: « Lasciamo dunque le belle illustrazioni alla xilografia, che ancora sta ritta sul suo piedestallo di gloria. Esigiamo solo che l'incisore sia un'artista invaghito di forme, di colori e di luce; che a una professione deliziosa e docile unisca una sensibilità di uomo colto, e la sua arte avrà imitatori e cultori. Lo xilografo è uno dei grandi ausiliari dell'educatore, e se gli è dato d'interpretare l'originale confidatogli, non deve tradirlo nè esagerarlo. Se è nello stesso tempo creatore e bulinista l'opera sua sarà tanto più interessante, in quanto gli sarà dato modo di mettere d'accordo il valore del testo con quello dell'interpretazione dell'immagine fissata sul legno. È da augurarsi pertanto che gli incisori stabiliscano con gli editori e i disegnatori un compromesso, mediante il quale sia assicurata alla Xilografia l'assoluta preferenza in tutte quelle pubblicazioni, alle quali si vuol dare un carattere di opera artistica, sia per lo speciale argomento che trattano, sia per la « élite » dei lettori e degli amatori a cui di preferenza si rivolgono. Così l'incisione sul legno riprenderà in Italia il posto che le compete. Pur non seguendo le antiche tradizioni e senza nuocere ai bisogni di una evoluzione moderna, editori e tipografi apporteranno un serio contingente di opere notevoli al libro italiano ».

La « guerra dei colori » fra i giornali inglesi. — Questa curiosa espressione è il titolo d'uno studio di « Penrose Annual » in cui si enumerano i progressi della stampa a colori nei grandi giornali britannici.
Nel marzo 1933 l'« Evening Express » di Liverpool lancia delle pagine stampate in diversi colori; nel maggio dello stesso anno il « Daily Mail » comincia a sua volta la stampa a colori delle pagine di pubblicità. Ma col materiale di produzioni a grandi tirature, la stampa a colori richiede spese elevatissime, e per evitare una concorrenza rovinosa — il colore sembrando piacere agli inserzionisti, — un'associazione corporativa intervenne per proporre un « armistizio », in seguito al quale i quotidiani inglesi dovevano ritornare al color nero. Tutti gli sforzi tendenti a questo scopo riuscirono però vani, poichè il movimento sembra estendersi sempre più, come si è esteso nella stampa americana. Si sa, per esempio, che il « Chicago Tribune » esce giornalmente con pagine a due e tre colori, la cui stampa è eccellente.

GIUSEPPE PIZZUTO

Tavola illustrativa fuori testo allegata al numero 4 del mese di aprile 1934 di "Campo Grafico"



PARESCE - Tempera cm. 22,5 x 27

Bistro m. 3021 Grigio m. 3016 Rosa m. 3018 Lacca gialla 37399 Rosso m. 3017 Bleu m. 3019 Lacca bleu m. 3020

COLORI OFFSET DELLA S. A. CONCENTRA - MILANO-AFFORI

Carta Reflex-Aquarell p. offset Cartiera F H. Schoeller Dûren - rappr. ditta Gioacchini & C. - Milano, via Ragusa, 4

CARTIERE PREALPINE

ANTONIO STERZI . INTRA

Indirizzo Telegrafico: Cartiera - Intra
Telefono intercomunale N. 250

Carte da lettera con filigrane sparse e centrali . triplacolla uso mano da registri carte da edizioni vergate, liscie e calandrate . carte per cancelleria fini e mezze fini. carte colorate e d'impacco fini . assorbenti. Reparto cartotecnico: blocchi notes commerciali, protocolli, quadrotte, quartine, sestine, quaderni. Servizio a mezzo camions per le principali Città d'Italia, due volte alla settimana.

CARTIERA VALSESSERA

GIÀ BAGLIONE & C.

Soc. An. Capitale versato L. 1.000.000. Sede Legale ed Amministrazione in Intra. Telef. d'Amministrazione N. 250 - Intra. Telef. Stabilimento N. 8042, Crevacuore. Indirizzo Telegraf.: Valsessera - Intra

Specialità: carte colorate da gr. 40 a gr. 230 liscie e calandrate, fini e mezzefini carte da stampa vergate . liscie e satinate . carte impacco fini e mezzefini tipi d'avvolgere per cotonifici, tubettifici, lanifici . cartoni uso cuoio e greggi per tessiture, chincaglierie, registri. Servizio a mezzo camions per le principali Città d'Italia, due volte alla settimana.

PRODUZIONE GIORNALIERA

CARTIERE PREALPINE · QUINTALI 200

CARTIERE VALSESSERA · QUINTALI 130

BIBLIOTECA TECNICA DI CAMPO GRAFICO

L'impressore tipografo, di G. Fracchia e B. Rizzo. Manuale tecnico di stampa di 460 pagine con 216 illustrazioni e 13 tavole a colori fuori testo ..... L. 25

Manuale tipografico, di Zanetta Antonio e Merlo Pietro. Ad uso degli Istituti di Arti e Mestieri e Scuole Professionali. Parte 1ª, volume di 200 pagine con 150 incisioni L. 10

Esercizi progressivi di composizione per Scuole Tipografiche. Programma di insegnamento. Pagine 164.... L. 50

L'Arte Tipografica in Italia nella Terza Fiera, di Augusto Calabi ..... L. 10

Catalogo della Prima Mostra dell'Incisione Italiana Moderna, illustrato con 50 tavole ..... L. 7

L'arte del libro in Europa e in America, di C. Ratta, in due vol. rilegati, con 600 tavole e 1050 disegni a colori L. 300

L'arte della Litografia in Italia, di C. Ratta. Volume con 112 tavole di 35 artisti ..... L. 100

« Novecento », di C. Ratta. Raccolta di 250 tavole di 100 artisti italiani, con allegorie, imprese, biglietti augurali, partecipazioni, ecc. ..... L. 40

L'Arte contemporanea dell'illustrazione del Libro in Italia, di C. Ratta. Magnifico volume, diviso in tre parti con 150 illustrazioni ..... L. 50

Il legatore di libri, di Pio Colombo. Due vol. di 793 pagine, con incisioni, rilegati in tutta tela ..... L. 35

Il libro e l'arte della stampa, del comm. D. Gianolio. Enciclopedia pei cultori della tipografia. Volume di 1200 pagine a due colori con 800 incisioni e 26 tavole fuori testo. Rilegato in tela ..... L. 70
Lo stesso, ma in edizione di lusso ..... L. 90

Il metodo scientifico nell'arte tipografica, di I. Pieropan. Volume di 336 pagine ..... L. 20

La decorazione del libro. Novanta artistici disegni del pittore Dardo Battaglini ..... L. 35

I Padri della tipografia. Xilografie bicolori di E. Dogliani (Gutenberg, Manuzio, Castaldi, Bodoni) ..... L. 5

A.D.A.M. Archivio Documentario Arte Moderna. Fascicoli di lavori tipografici nuovissimi, con testo in spagnolo e francese (in elegante cartella) ..... L. 45

La rilegatura del libro, di Guido Colombini. Cinque volumi di complessive 970 pagine, con 641 disegni e 32 tavole fuori testo ..... L. 57,00

Come nasce un libro, di R. Bertieri. Volume in-8° con 127 figure e 17 allegati ..... L. 60

Tipografia, di S. Landi. Vol. 1°: Guida per chi stampa e fa stampare; guida per compositori. correttori, ecc. L. 18
Vol 2°: Lezioni di composizione ad uso degli allievi; corredato di figure, modelli e tavole fuori testo.... L. 28

L'incisione italiana nel Cinquecento, di M. Pittaluga. Vol. in-4° di pagine 289, con 289 incisioni e tavole. Legatura tutta tela e oro ..... L. 180

Il tipografo alla macchina compositrice, di C. Scolari. Vol. in-16°. con figure ..... L. 25

Storia della Stampa in Bologna, di A. Sorbelli. Vol. in-folio di gran formato, in carta a mano, con 155 illustrazioni inserite nel testo e 66 tavole ..... L. 300

Litografia, di G. Verga. Teoria e pratica, di pag. 187, con 26 tavole in nero e a colori. Legato ..... L. 18

La Tipografia, di V. Rossetto. Impianto - Direzione - Gestione - Controllo, di pagine 209 ..... L. 20

Dizionario esegetico tecnico per le arti grafiche, di G. I. Arneudo. Tre vol. in-8° di complessive pag. 2162 .. L. 65

L'ex-libris italiano contemporaneo, di C. Ratta; corredato da 300 vignette di 135 artisti, con prefazione di Luigi Servolini ..... L. 50

L'Arte di G. B. Bodoni, di R. Bertieri ..... L. 150

Venti alfabeti brevemente illustrati, di R. Bertieri L. 30

L'ex-libris italiano moderno, di C. Ratta. Parte 1ª: Serie di cinque eleganti volumi contenenti 800 « ex-libris ». Tutti uniti ..... L. 150
Parte 2ª: Serie di tre vol. con 300 vignette. Uniti L. 60

Gli adornatori del libro in Italia, di C. Ratta. Ricca collezione in 9 volumi, sette dei quali esauriti. Volumi disponibili VI e VIII. Ciascuno ..... L. 100

L'incisione originale sul legno in Italia, di C. Ratta. Antologia di 250 tavole xilografiche a una e più tinte di novanta artisti incisori ..... L. 100

Figure parlanti al piccolo rilegatore di libri, di G. Colombini. Metodo pratico, intuitivo ..... L. 15

La moderna xilografia italiana, di C. Ratta. Superba collezione contenente tavole xilografiche in nero e a colori. Unica raccolta pubblicata in Italia ..... L. 600

Il Libro Italiano nel Novecento, di R. Bertieri .... L. 50

Centoquaranta tavole illustrative e decorative con 300 disegni, di C. Ratta. Vi collaborarono 60 artisti .... L. 30

Il Colore, di C. Ratta. Ricca raccolta di 166 tavole, con pastelli, acquarelli, tempere, olii, ecc. ..... L. 100

Artisti moderni italiani, di C. Ratta. Antologia artistica. 122 tavole a colori. Il volume è un documento dell'arte cromatica del nostro Paese. Elegante rilegatura .... L. 100

La Xilografia (compendio storico-pratico), di Luigi Servolini. Volumetto in 32°, di pag. 64, ill. ..... L. 0,80

La Xilografia originale in Italia, di Luigi Servolini. Vol. in 8°, con 90 tavole in nero e a colori ..... L. 15

L'Opus Interrasile, di Luigi Servolini. In 4°, ill.... L. 9

La Xilografia a chiaroscuro italiana nei secoli XVI, XVII e XVIII, di Luigi Servolini. Vol. in 4°, con 45 tavole fuori testo, seconda ediz. (1932) ..... L. 60

La Xilografia moderna e un suo Maestro: Luigi Servolini, di Raffaello Delogu. Vol. in 4°, con 30 tavole fuori testo in nero e a colori ..... L. 30

Il maestro tipografo impressore, guida per l'insegnamento professionale di Dal Maso Cesare ..... L. 3,25

Manualetto per l'allievo impressore, vol. I, seconda edizione di C. Dal Maso - P. Merlo ..... L. 8

EDIZIONI IN FRANCESE

La tecnica del giornale (C. G.), di Antoine Seyl .. L. 10.00
La composizione meccanica (C. G.), di A. Seyl .. L. 14,00
La stampa grafica (C. G.), di A. Seyl ..... L. 6.00
Le macchine da stampa di ieri e d'oggi (C. G.), di Antoine Seyl ..... L. 11,00
La rotocalco (eliografia a incavo), di A. Seyl..... L. 12,00
L'Offset o rotocalcografia (C. G.), di A. Seyl .... L. 12,00
La xilografia belga contemporanea, di S. Pierron L. 30,00
Dizionario della stampa (C. G.), di Edmond Morin L. 51,00
Annuario ufficiale delle industrie del libro e della carta nel Belgio (1933) (C. G.) ..... L. 75,00
Tipografia (P.) ..... L. 22,00
Le trasformazioni della carta e del cartone (P.).. L. 29,00
Trattato pratico di doratura e di mosaico su pelli (P.), di Ch. Pagoiner e Walter Jay ..... L. 36,00
La conduzione delle macchine Offset (P.), di A. Bargilliat ..... L. 33,00
Trattato di fotometallografia (P.), di Villemaire.. L. 20,00
Piccolo corso di tipografia con dizionario (P.), di Edmond Morin ..... L. 8,00
Partecipazione del libro all'Esposizione delle Arti decorative, di Papyrus ..... L. 12,00
Saggi di composizione e stampa ..... L. 23,00
Salone del libro d'arte (P.) ..... L. 13,00
Trattato pratico di pubblicità commerciale e industriale (L. P.), di D. C. A. Hemet (2 volumi) ..... L. 54,00
I miei successi nella pubblicità (L. P.), di C. Hopkins L. 23,00

EDIZIONI IN TEDESCO

Lessico delle tecniche grafiche (K.), del prof. Albert L. 65,00
Annuario Klimsch per le arti grafiche (1934).... L. 62,00
Idem (edizione 1933) ..... L. 41,00
Manuale per compositori (K.-, di F. Bauer..... L. 92,00
Manuale per apprendisti compos. (K.), di F. Bauer L. 10,00
Composizione e uso delle lingue straniere (K.), di Wilhelm Hellwiz ..... L. 23,00
Dizionario delle Arti Grafiche in sette lingue (K.), di W. Hellwiz ..... L. 32,00
Norme e forma degli stampati commerciali (100 esempi) (K.) ..... L. 18,00
I processi litografici e l'Offset (K.). di Otto Krüger 2ª edizione, con 156 illustraz. e 21 grandi tav. a colori L. 78,00
Preparazione di libri, illustrazioni, lavori commerciali, ecc. (K.), di A. S. Unger. 231 illustrazioni, 10 allegati e 87 tavole a colori, rilegato in tela ..... L. 79,00
Composizione di libri e giornali (K.), di Fr. Schröder. 165 illustrazioni a 35 tavole ..... L. 99,00
Primi elementi per stampatori (K.), di F. Bauer. 60 illustrazioni ..... L. 11,00
Manuale per stampatori (K.), di F. Bauer. 274 ill. L. 35,00
Collezione rivista grafica tedesca « Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik », con numerosi esempi e illustrazioni-. 12 numeri anno 1932..... L. 137,00
Idem anno 1931 ..... L. 128,00
Idem anno 1930 ..... L. 124,00
Idem anno 1929 ..... L. 115,00

A tutti gli abbonati a "Campo Grafico" verrà concesso lo sconto del 10 per cento sui prezzi segnati. Spese postali a carico del richiedente.

A B
C D
E F
G H
I K
L M

Serie "ITALIA", Nera

S. A. Fonderia
Tipografica
Cooperativa

Milano Via Archimede 23 tel.-51490

N O
P Q
R S
T U
V Z
X Y



le prove semplici

dal grado di eguaglianza fra
risultato di stampa e fotografia
deriva la perfezione del cliché

OFFICINE INCISIONI CROMOGRAFICHE

VIA GIANBATTISTA FAUCHÉ N. 6 . MILANO . TELEFONO N. 90613

Inchiostri da stampa brillanti e puri per

Tipografia . Litografia . Fototipia . Litografia su latta . Calcografia . Rilievografia . Rotocalco . Stampa su Offset.

Inchiostri finissimi per stampa su

Carte Pelloro . Carte valori . Carte pergamene da burro . Carte pergamino Cellophan . Celluloide . Carte metallizzate . Alluminio in fogli . Stagnole . Inchiostri metallici (oro e argento) . Inchiostri ricalcanti . Inchiostri all'alcool per sacchettifici . Materiale grafico . Generi affini . Pasta da rulli.

PLUS ULTRA
MARCA DI FABBRICA



I·C·I

INDUSTRIA COLORI INCHIOSTRI S. A.

MILANO . VIA VINCENZO LANCETTI 50 B . TELEFONO INT. 690586

INDIRIZZI UTILI

CARTA

A. C. I. Azienda Cartaria Italiana - Milano, Via Senato 14 Telefono 70-373.
CARTIERE BOSSO - Milano, Via Bergamo 7, Telef. 50179.
CARTIERE PREALPINE - Intra, Telefono interc. 250.

CARTE E LASTRE FOTOGRAFICHE

TENSI & C. - Fabbrica prodotti sensibili per fotografia Milano, via A. Maffei 11-A, Telefono 50-425.

FONDERIE TIPOGRAFICHE

SOCIETÀ NEBIOLO - Torino.
RAIMONDI & ZUCCA - Milano, via Perugino 24, Tel. 53124
LA MARGINATURA di Perversi & C. - Milano, via Sigieri 10, Telefono 53563.
FONDERIA CARATTERI VINCENZO LUBRANO - Roma Genova - Napoli - Agente per la Lombardia: Sandro Valsecchi - Viale Premuda 36 - Milano

INCHIOSTRI

SAREN - Inchiostri per tutti i rami delle arti grafiche Milano, corso Roma 9, Telefono 16426.
S. A. CONCENTRA - Milano (Affori), via D. B. Grazioli 57 Telefono 690626.
CH. LORILLEUX & C. - Milano, via Solferino 22 Tel. 64148
LEOPOLD KRAWANY & C. - Paste seccative e ausiliarie "Krawanol" - Rappresentante per l'Italia: Consonni, Milano viale Montenero 66.
FICIS - Inchiostri da stampa - Milano, Corso XXVIII Ottobre 23, Telefono 50203.
I. C. I. Industria Colori Inchiostri. S. A. Milano, Via Lancetti 50 B, Telefono 690.586.

INCISIONI

OFFICINE INCISIONI CROMOGRAFICHE - Milano, via G. B. Fauché 6, Telefono 90613.
ALFREDO DE PEDRINI - Milano, via Vallarsa 6, Tel. 51838.
LA FOTOINCISIONE MODERNA di Cipelli Giuseppe detto Sante - Milano, via Volturno 46 Telefono 690940.
LA FOTOMECCANICA - Pozzi & Confalonieri - Milano, via Kramer 32, Telefono 25767.
LA ZINCOGRAFICA, di Monzani & C. - Milano via A. Tadino 27 A.

MACCHINE E ARTICOLI PER LE ARTI GRAFICHE

SOCIETÀ NEBIOLO - Torino.
CONSONNI - Macchine grafiche - Milano, viale Montenero 66, Telefono 50166.
DOMENICO PIACENTINI - Rulli tipografici - Milano, via G. Ferrari 9, Telefono 64898.
ETTORE GRILLO - Milano, Corso Concordia 12, Telefono 21848 - Articoli per legatoria.
BIELLONI G. - Milano, Via Pergolesi 16, Telefono 24169
ROZZA A. - Via G. Mameli 45, Telefono 52049 - Numeratori e mobilio tipografico.

CARATTERI IN LEGNO MOBILIO TIPOGRAFICO

Soc. Anon. XILOGRAFIA INTERNAZIONALE - Fabbrica caratteri e fregi in legno - Mobilio per impianti grafici. Legnago (Veneto) Telef. 368 - Teleg.: Xilografia - Legnago

RAPPRESENTANZE

J. BOBST & FILS - Apparecchi da riscaldamento elettrico per rifondere il metallo "Electro Funditor„ - Losanna (Svizzera) - Rappresentante per l'Italia Mario Roncoroni, Milano, via Settembrini 105.
PIZZUTO GIUSEPPE - Riviste d'Arte Grafica - Milano, via Nerino 10, Telefono 19086.

VARIE

RAVERTA - Milano, Via Curtatone 23, Telefono 51.719 Disegnatore tipografico.
Prof. F. SEGALA - Milano, via Procaccini 16, Tel. 92-692 Bozzetti grafici.

THE INLAND PRINTER

Magnifica rivista mensile americana di circa 100 pagine, composta e stampata con molto buon gusto. Oltre alle sue belle pagine di réclame, dedica una rubrica fissa alla riproduzione e critica dei lavori di maggiore rilievo che si stampano in tutto il mondo.
Abbonamento annuo franco nel Regno .. Lire 100
Abbonamento annuo per Scuole Profess. Lire 90

REPRODUKTION

Rivista mensile tedesca dei processi di riproduzione fotomeccanica. I suoi articoli tecnici sono sempre completati da grafici e illustrazioni in nero e a colori. Ne è editrice la Casa Klimsch, ben nota per le sue apprezzate pubblicazioni d'arte grafica.
Abbonamento annuo franco nel Regno ... Lire 50
Abbonamento annuo per Scuole Profess. .. Lire 45

COURS PROFESSIONNELS

Elegante rivista trimestrale della Scuola del Libro di Parigi. Si dedica particolarmente allo sviluppo professionale ed artistico degli addetti alle industrie poligrafiche, con articoli tecnici, schizzi, bozzetti e saggi tipografici, in nero e a colori. Alla fine d'ogni anno pubblica uno splendido Album di lavori eseguiti dagli allievi della Scuola, oltre 100 pagine in grande formato, riccamente illustrata e stampata su carta di lusso.
Abbonamento annuo franco nel Regno ... Lire 20
Album di lavori franco nel Regno ..... Lire 35
Abbon. annuo per Scuole Profess. (compless.) Lire 50

GRAPHISCHE JAHRBUECHER

Interessante rivista mensile tedesca di tecnica ed arte della stampa. Quale organo del Politecnico Tipografico di Lipsia, dal 1879, essa riproduce numerosi saggi eseguiti dagli allievi (in gran parte figli d'industriali) con tavole fuori testo. È l'unica del genere per ricchezza di contenuto tecnico ed artistico.
Abbonamento annuo franco nel Regno .. Lire 135
Abbonamento annuo per Scuole Profess. Lire 125

LE CLICHE'

Rivista francese di tutti i processi di riproduzione, indicatissima per fotoincisori, eliografi, stampatori Offset, stereotipisti, zincografi, ecc. Pubblicazione bimestrale stampata su carta patinata, con illustrazioni e articoli tecnici.
Abbonamento annuo franco nel Regno ... Lire 18
Abbonamento annuo per Scuole Profess. .. Lire 12

SATZ-UND DRUCKERMUSTERHEFT

È l'edizione 1933 d'un album che Deutscher Drucker pubblica annualmente. Racchiude i migliori lavori tipografici premiati ai concorsi indetti dalla stessa rivista tedesca. Più di 100 pagine in formato 4° con saggi ed illustrazioni di grande interesse per tutti, dal compositore all'mpressore, dal litografo al fotoincisore.
Volume franco nel Regno ..... Lire 25
Per Scuole Professionali ..... Lire 20

Per numeri di saggio, abbonamenti e informazioni, rivolgersi al rappresentante in Italia GIUSEPPE PIZZUTO, Via Nerino 10, Milano, Telefono 19-086.

POLITECNICO

IL PIÙ VECCHIO ISTITUTO TECNICO DI PERFEZIONAMENTO PER FIGLI DI PADRONI DI TIPOGRAFIA . INSEGNAMENTO COMPLETO, PRATICO E TEORICO DELLA COMPOSIZIONE E DELLA STAMPA . CHIEDERE IL PROGRAMMA D'INSEGNAMENTO DURATA DEI CORSI: 6 MESI 1 ANNO 2 ANNI

PER TIPOGRAFI

LIPSIA C. 1



MILANO

DOMENICO PIACENTINI

VIA GIUSEPPE FERRARI 9

TELEFONO 64898

TUTTI GLI ARTICOLI ED ACCESSORI PER ARTI GRAFICHE . SPECIALIZZATA FABBRICA DI RULLI E PASTA DA RULLI

TUTTI GLI INCHIOSTRI DA STAMPA PER TIPO-LITOGRAFIA . ROTOCALCO . OFFSET STAMPA SU LATTA . TUTTE LE LAVORAZIONI ESPORTAZIONI E DEPOSITI IN TUTTE LE PIÙ IMPORTANTI NAZIONI DEL MONDO

FABBRICA D'INCHIOSTRI E COLORI

GEBR. JÄNECKE & FR. SCHNEEMANN

HANNOVER . CASA FONDATA NEL 1843

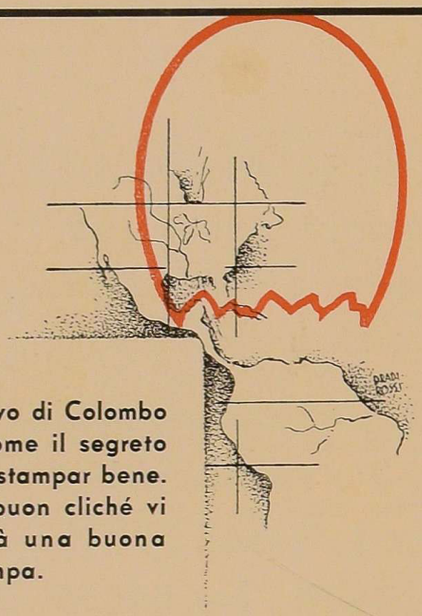
RAPPRESENTANZE ESTERE E NAZIONALI
DEPOSITARI ESCLUSIVI PER L'ITALIA E COLONIE . SOC. ANONIMA S.A.R.E.N
VIA RUGABELLA NUMERO 4
MILANO . TELEFONO NUMERO 16426

Produce qualsiasi tipo di carta da stampa, per edizioni, illustrazioni, cataloghi, riviste, ecc. Carte da scrivere, d'impacco e cartoncini. Monolucide, bianche e colorate in tutti i pesi.

Torino . Via Cibrario 6 . Tel. 47227 e 47228
Milano . Via Bergamo 7 . Telef. 50179
Genova . Via S. Vincenzo 1 . Telef. 55444
Roma . Via Torre Argentina 76 . Tel. 50856



SOCIETÀ ANONIMA CAPITALE L. 2.000.000 INTERAMENTE VERS.
SEDE ED AMMINISTRAZIONE: TORINO VIA CIBRARIO N. 6
STABILIMENTI: MATHI CANAVESE . TORRE MONDOVÌ
BALANGERO (TORINO) . PEDANEA (AOSTA)

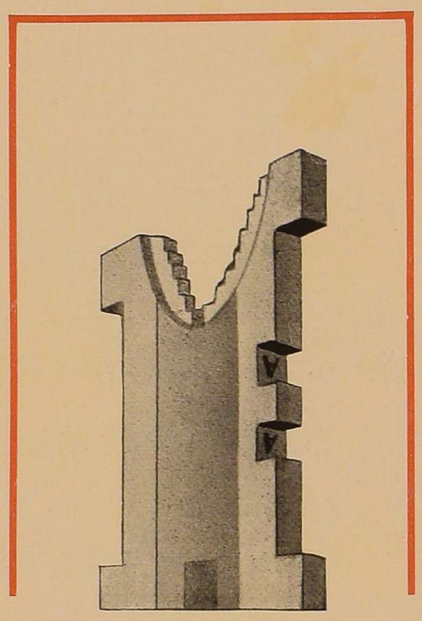


L'uovo di Colombo è come il segreto per stampar bene. Un buon cliché vi darà una buona stampa.

LA ZINCOGRAFICA

DI A. MONZANI & C.

MILANO . VIA TADINO N. 27-A



FRATELLI ROSA

L I N O T I P I A

MILANO . VIA SALASCO 34 . TELEF. 54872

FONDERIA
CARATTERI
FILETTI, FREGI
MARGINATURA
MACCHINE
TIPOGRAFICHE

TELEFONO 53124

RAIMONDI & ZUCCA

MILANO · VIA PERUGINO 24

MART BIBLIOTECA ANS 1090

Attilio Rossi, direttore responsabile . Officina Grafica Rinaldo Muggiani, Milano, via Ripamonti num. 132

INCHIOSTRI DA
STAMPA IN GENERE
SPECIALITÀ
PASTE SECCATIVE
ED AUSILIARIE
KRAWANOL

STABILIMENTO CHIMICO LEOPOLDO KRAWANY & C.- BODENBACH A.E.

DEPOSITO: CONSONNI . MILANO . VIALE MONTENERO, 66 . TELEF. 50-166

LA "CIP"

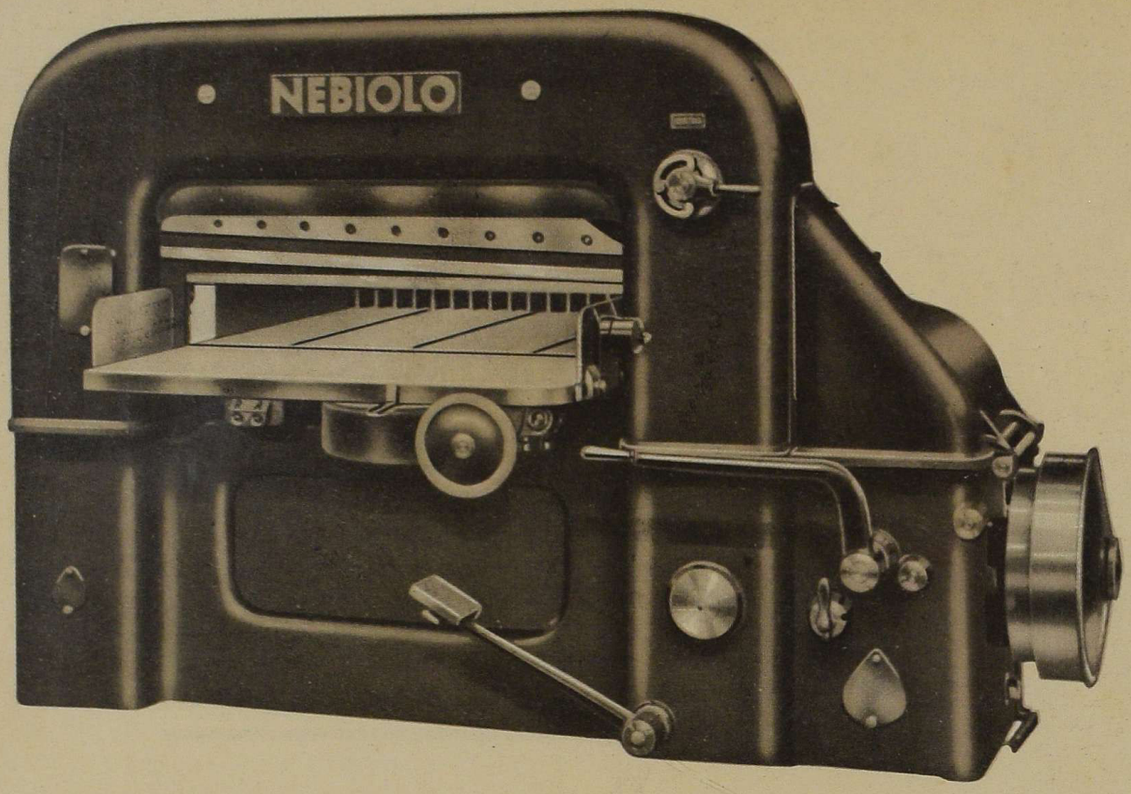
COMPAGNIA ITALIANA
PUBBLICITARIA ANONIMA
ROMA . MILANO . PARIGI

MILANO . P. PAOLO FERRARI, 8 . TELEF. 12490
CAPITALE L. 200.000 . C. P. E. MILANO 206882

REDAZIONE DELLA ORGANIZZAZIONE CIP:
CONTE G. BENTIVOGLIO . PAOLA BOLOGNA
CONTE GABRIELE CRUYLLAS . ARCHITETTO
DOTT. E. FALUDI . ING. M. FISCHETTI SALVIA
SERGIO GARGIULO . P. GARRETTO . PROF.
B. MALLER . L. M. PIROTTA . T. SOUKODOWSKY

CREA
STAMPA
DIFFONDE

EDIZIONI ARTISTICHE PUBBLICITARIE . CARTELLI . CATALOGHI . CALENDARI . PUBBLICITÀ RADIOFONICA LUMINOSA . AL NEON . ORGANIZZAZIONI DI PROPAGANDA . CONCORSI PER BOZZETTI . APPALTI PUBBLICITARI . VALORIZZAZIONE DI IMPRESE E DI PRODOTTI . PROGETTI E REALIZZAZIONE DI SPETTACOLI E FESTE PUBBLICITARIE . DECORAZIONE . VETRINE . STANDS . GRATUITAMENTE AI CLIENTI: COMPOSIZIONI GENIALI (FRASI E DISEGNI) PER GIORNALI E RIVISTE



velocissimo fende silenziosamente

La robustezza, la velocità, la precisione, la sicurezza, l'eleganza estetica, la semplicità di comando sono i requisiti dei più moderni e perfezionati tagliacarta automatici.

anche il tagliacarta automatico TNA ha tali requisiti

La silenziosità di funzionamento, anche alle più alte velocità, congiunta al prezzo modico sono i requisiti del più conveniente fra i tagliacarta automatici.

solo il tagliacarta automatico TNA ha tali requisiti

SOCIETÀ NEBIOLO - TORINO

P. 126 / Composto con Carattere Paganini

Copertina stampata in «Offset» nelle officine della Scuola del Libro dell'Umanitaria, su cartoncino A. C. I.